Entwicklung und Aufbau des Deutschen Kraftfahrzeughandels

INAUGURAL-DISSERTATION

zur Erlangung des Doktorgrades

an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät

der Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin

vorgelegt von

Adolf Klein

Diplom-Kaufmann

aus Berlin-Wansee

Tag der Promotion: 25. 9. 1940

Tag der mündlichen Prüfung: 22. Mai 1940

1940

Druck Dr. Emil Ebering, Berlin SW 68

J 25

Referenten:

Frau Prof. Charlotte Lorenz

Prof. Jens Jessen

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Gliederung.

Seite

Literaturverzeichnis 7

I. Wesen und Aufgaben des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Das Wesen des Kraftfahrzeughandels 11
   a) Das Nebeneinander von Direktvertrieb durch die Industrie und selbständigem Fachhandel 11
   b) Der Kraftfahrzeughandel und seine Stellung auf dem Kraftfahrzeugmarkt 12
2. Die Funktion des Kraftfahrzeughandels 13
   a) Die Aufteilung des Aufgabenbereichs im Kraftfahrzeughandel 13
   b) Die Beschränkung der Selbständigkeit im Kraftfahrzeughandel 15
3. Die Erscheinungsformen des Kraftfahrzeughandels . . . 17
   a) Fehlen eines eigentlichen Großhandels 17
   b) Gliederung des Einzelhandels 17
      α) Reine Handelsbetriebe 19
      β) Kombinierte Reparatur- und Handelsbetriebe . . . 20
   c) Die Verkaufsstellen der Industrie 22
4. Der Gegenstand des Kraftfahrzeughandels 24
   a) Motorräder 24
   b) Personenwagen 25
   c) Lastwagen 27
   d) Die Nebengewerbe des Kraftfahrzeughandels . . . 28
5. Die Kunden des Kraftfahrzeughandels 30
   a) Keine ausschlaggebende Relation zwischen Einkommenshöhe und Kraftfahrzeugkauf 30
   b) Die Kunden der einzelnen Fahrzeugarten 31

II. Die Entwicklung des Deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Die Entstehung des Kraftfahrzeughandels und sein allmähliches Wachsen bis zum Weltkrieg 36
2. Das Schwinden der Betätigungsmöglichkeit für den Kraftfahrzeughandel während des Weltkrieges 39
3. Die wechselvolle Geschäftslage im Kraftfahrzeughandel während der Inflation 41

Seite

4. Die, infolge der Stabilisierung eintretende und bis 1926 anhaltende, Depression im Kraftfahrzeughandel 44
5. Die zunehmende Verbesserung der Absatzverhältnisse im Kraftfahrzeughandel bis 1929 48
6. Das Sinken der Absatzmöglichkeiten und des Händlerbestandes in der Krise von 1930/33 52
7. Der Aufschwung des Kraftfahrzeughandels von 1933 bis zum Ausbruch des Krieges 57
8. Der Mangel an Verdienstmöglichkeiten für den Kraftfahrzeughandel in der Kriegswirtschaft 64

III. Betriebsfragen des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Der Standort 67
   a) Allgemeine Gesichtspunkte 67
   b) Die Standortfrage bei den einzelnen Fahrzeugarten . . 69
2. Die Betriebsgröße 74
   a) Die gegenwärtige Verteilung und der ungewöhnlich große Anteil der Kleinbetriebe 74
   b) Vor- und Nachteile der einzelnen Betriebsgrößen . . 76
      α) Kleinbetriebe 76
      β) Mittelbetriebe 78
      γ) Großbetriebe 81
3. Das Kapital im Kraftfahrzeughandel 83
   a) Der Kraftfahrzeughandel nach seiner Kapitalstruktur als mittelständisches Gewerbe 83
   b) Der Kapitalbedarf im Kraftfahrzeughandel 86
      α) Die Anlagen 86
      β) Das Lager 87
      γ) Die Forderungen 89
4. Die Kosten des Kraftfahrzeughandels 90
   a) Die Zusammensetzung der Kosten 90
   b) Das Kalkulationsproblem 93
5. Die Abhängigkeit des Kraftfahrzeughandels von der Industrie 94
   a) Die Veränderungen, die das Verhältnis im Laufe der Zeit erfahren hat 94
   b) Das gegenwärtige Verhältnis zwischen Kraftfahrzeughandel und Industrie 97

Seite

6. Die Bedeutung der Standardisierung für den Kraftfahrzeughandel 101
   a) Normung 101
   b) Typisierung 102

IV. Absatzfragen des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Die Finanzierung des Automobilabsatzes 104
   a) Das Wesen der Absatzfinanzierung 104
   b) Die Formen der Absatzfinanzierung 105
      α) Eigenfinanzierung 106
      β) Die Fremdfinanzierung 107
      γ) Die genossenschaftliche Finanzierung 109
   c) Die Sicherung der Absatzfinanzierung 110
   d) Die Kosten der Absatzfinanzierung 112
   e) Der Umfang der Absatzfinanzierung 114
   f) Besonderheiten der Absatzfinanzierung bei Altwagen . . 115

2. Das Altwagengeschäft 116
   a) Die Verwertungsmöglichkeiten von Altwagen . . . 116
   b) Die Bewertung von Altwagen 118
      α) Die Bewertungsfrage in der Vergangenheit . . . 118
      β) Die Lösung der Bewertungsfrage in der Gegenwart . 120

3. Der Wettbewerb mit der ausländischen Konkurrenz im Inland und auf dem Weltmarkt 123

4. Die Lösung der Marktprobleme durch die Marktordnung . . 129
   a) Die Bedeutung der Konkurrenz für das Funktionieren des Kraftfahrzeugmarktes 129
   b) Frühere Versuche einer Marktregelung 131
   c) Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft von 1933 133
      α) Ihre Entstehung und ihre Ziele 133
      β) Die Organisation des Handels 134
      γ) Die Regelung des Wettbewerbs 137
      δ) Die Überwachung der Marktordnung 139

V. Ausblick.

Die Zukunftsaussichten des deutschen Kraftfahrzeughandels . 142

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41550812_0001

Literaturverzeichnis.

1. Monographien.

Allmers, Fritz: Das deutsche Automobilwesen der Gegenwart. Berlin: Hobbing 1928, XI, 272, 1905.

Böttger, Max: Die Absatzfinanzierung von Kraftwagen und Krafträdern in Deutschland. München 1931, Diss.

Bormann, A.: Der Stand der Motorisierung. Das Vordringen des Kleinfahrzeugs. in: Verkehrstechnik, 17, 14.

Dalchow, Walther: Die Marktordnung für die deutsche Automobilwirtschaft, Berlin 1937.

Deicke, H.: Die Analyse des deutschen Automobilmarktes und die Beobachtung seiner Tendenzen. Mainz 31.

Essig, Enno: Die Entwicklung der deutschen Automobilindustrie in der Nachkriegszeit und ihre Probleme. München 1935, Diss.

Friedel, Friedrich: Lieferungsbedingungen des Kraftwagenhandels und der Kraftwagenindustrie. Essen 1939.

Fründt, Hans: Das Automobil und die Automobilindustrie in Deutschland. Erlangen 1912, Diss.

Gercke, Fritz: Aufstieg oder Untergang von Automobilindustrie und -handel in Deutschland. Hrsg. v. Reichsverband d. Kraftfahrzeughandels und und -gewerbes e. V. Berlin: Wirtschaftsges. d. dt. Automobilhändlerverbandes, 1931, 47, S.

Hanel, Georg: Ein Vierteljahrhundert Automobilismus und Automobilindustrie, in: Industrie (Wien) 31, 1, 8—10.

Hassinger, J.: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft, Berlin 1939, Diss., im Text zit. Hassinger.

Heller, Arno: Die Krise des Automobilhandels. in: Der deutsche Volkswirt, 4, 7, 213/214 (v. 15. 11. 1929).

Höhne, Thilo: Eine kritische Untersuchung der absatzfördernden Faktoren in der deutschen Automobilindustrie. Frankfurt 1936, Diss.

Hübner, Erich: Das Krisenproblem der deutschen Kraftwagenindustrie. Berlin 1927, Diss.

Huhle, Harry: Die Finanzierung des Automobilabsatzes. Dresden TH 1933, Diss.

Hunke, Heinrich: Die Marktordnung für die deutsche Automobilwirtschaft. Vortrag, gehalten 1. 6. 1937 in Berlin.

Karg, I.: Verkaufsbedingungen im Automobilhandel Heidelberg. 1937, Diss.

Lampe, Adolf: Neue Formen des Automobilhandels. in: Wirtschaftsdienst 16, 15, 625/30 (v. 10. 4. 1931).

Ludwig, Heinz: Entwicklungstendenzen des deutschen Automobilmarktes. in: Der deutsche Volkswirt, 3, 5, 146/147 (vom 2. 11. 1928).

Ludwig, H.: Konjunkturbeobachtung und Marktanalyse als Grundlage des Verkaufsbudgets einer Automobilfabrik. Berlin 1929.

Meibes, Otto: Die deutsche Automobilindustrie. Berlin-Friedenau, Markwart-Verlag 1928.

Most, Otto: Bevölkerungsentwicklung und Zukunft des Kraftwagenverkehrs. in: Der praktische Betriebswirt, 16, 11, 1257 (Nov. 1936).

Nägele, Hermann: Marktbeobachtung und Marktanalyse in der deutschen Automobilindustrie. Frankfurt 1931, Diss.

Pidoll, Mich. Frhr. v.: Der heutige Automobilismus. Ein Protest und Weckruf. Wien 1912.

Schley, Edgar: Scheinwerfer auf den Kraftfahrzeugabsatz. Halle 1936.

Schneider, Kurt: Die Hauptprobleme des Kraftfahrzeugabsatzes in Deutschland. Hamburg 1932 Diss.

Schuren, Ernst: Die Struktur des deutschen Automarktes. in: Die deutsche Volkswirtschaft, 5, 33, 1061/62, (v. 30. 11. 1936).

Stahl, Gerhard: Automobileinfuhr — eine aktuelle Sorge? in: Der deutsche Volkswirt, 9, 45, 2089/2091 (v. 9. 8. 1935).

Stimptsch, R.: Marktbeobachtung und Wirtschaftsführung in der Kraftfahrzeugindustrie, Berlin 1930.

Stirl, Reinhold: Sorgenkind Autotypen. in: Der deutsche Volkswirt, 12, 3, 102/104 (v. 15. 10. 1937).

— Strukturfragen des Automarktes. in: Der deutsche Volkswirt, 10, 19, 858/864 (v. 29. 2. 1936).

Stückmann, Bernhard: Die Organisation der deutschen Automobilindustrie. Köln 1921, Diss.

Stumpf, Hans: Schicksalsfragen des deutschen Automobilhandels. Schriftenreihe des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes, Nr. 10.

Taylor, H.: Over 95 per cent of automobiles in the world are American. in: Commerce Reports (Washington) 1927, 28, 88—90.

Thums, W.: Die Automobilabsatzfinanzierung in Deutschland. Königsberg 1933, Diss.

Weinberger, Herbert: Der Inlandsmarkt der deutschen Automobilindustrie. München 1936, Diss.

Wunderlich, Herrmann: Das Gebrauchswagenproblem in der deutschen Automobilwirtschaft. Wirtsch. Hochschule Berlin 1939, Diss.

2. Sammelwerke:

Das deutsche Automobilwesen der Gegenwart, Beiträge namhafter Fachmänner, Berlin 1928.

Festschrift zum 25jährigen Bestehen des Reichsverbandes der Automobilindustrie 1901/1926, Berlin 1926.

RDK, 25 Jahre Verbandsarbeit. Hrsg. v. Reichsverband des Kraftfahrzeughandwerks, -handels und -gewerbes. Berlin 1935.

Reichstagung des deutschen Automobilhändlerverbandes e. V. Schriftenreihe des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes, Nr. 2 b, Hannover 1928.

3. Statistische Veröffentlichungen:

Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich.

Vierteljahrshefte des Inst. f. Konjunkturforschung.

Tatsachen und Zahlen aus der Kraftverkehrswirtschaft 1938, Veröffentlichungen des Reichsverbandes der Automobilindustrie. 12. Ausgabe, Berlin 1939, im Text zitiert „Tatsachen".

4. Laufende Veröffentlichungen.

Kraftfahrzeughandel und -bewirtschaftung (Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes und der Fachgruppe Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugbedarf der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel) Berlin, Jahrgänge 1936/39.

Mitteilungen des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes e. V., Berlin, Jahrgänge 1932/1936.

Der Entscheidungskampf um den deutschen Automobilmarkt, Ruhr u. Rhein. Wirtschaftszeitung, 9, 10, 343/345.

Das Angebot auf dem Nutzfahrzeugmarkt. Zum Typenproblem. Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung 10, 23, Sonderbeilage vom 9. 6. 1937.

Das Typenproblem in der Kraftverkehrswirtschaft. Wochenbericht d. Inst. f. Konjunkturforschung 10, 16, Sonderbeilage vom 21. 4. 1937.

Neue Formen des Automobilhandels. Vom Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes. Wirtschaftsdienst 16, 23, 969—972 (vom 5. 6. 1931).

Das Gebrauchtfahrzeuggeschäft, in: Kraftverkehrswirtschaft, 39, 48 vom 30. 11. 1939.

Kommt Zeit, kommt Rat. in: Kraftverkehrswirtschaft, 39, 43, vom 26. 10. 1939.

Marktgemeinschaft der Automobilwirtschaft. in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 34 vom 24. 8. 1939.

Automobilhandel zwischen heute und morgen. in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 32 vom 10. 9. 1939.

Auto-Radio — ein Geschäft? in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 31 vom 3.8. 1939.

Der herankommende Volkswagen. in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 21 vom 25. 5. 1939.

Wie groß soll denn die Werkstätte sein? in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 20 vom 18. 5. 1939.

Unteilbarkeit der Werkstatt- und Handelserträge. in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 11 vom 16. 3. 1939.
Die fällige Neuordnung des Gebrauchtwagenhandels. in: Kraftverkehrswirtschaft 39, 10 vom 9. 3. 1939.

5. Geschäftsberichte:

Deutscher Automobilhändler-Verband e. V., Berlin, Geschäftsberichte 1924/27.[1]
Reichsverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes (Deutscher Automobilhändler-Verband), Berlin. Geschäftsberichte 1928/38.[1]
Deutsche Automobil-Treuhand G. m. b. H. (DAT), Berlin, Geschäftsberichte 1935/1938.
Buschmann, Joh.: Geschäftsbericht des deutschen Automobilhändlerverbandes 1919/20, Berlin 1920.[1]

[1] Im Text zitiert „Geschäftsbericht".

I. Wesen und Aufgaben des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Das Wesen des Kraftfahrzeughandels.

a) Das Nebeneinander von Direktvertrieb durch die Industrie und selbständigem Fachhandel.

Bei der Erörterung des Wesens des Kraftfahrzeughandels ist es erforderlich, zuvor auf die Organisation des Kraftfahrzeugabsatzes einzugehen. Die Durchführung des Kraftfahrzeugabsatzes ist in zweierlei Weise möglich; entweder kann die Kraftfahrzeugindustrie den Verkauf ihrer Erzeugnisse selbst in die Hand nehmen und ihn durch eigene Verkaufsabteilungen durchführen, oder sie kann den Kraftfahrzeugabsatz einem selbständigen Handel überlassen. In Deutschland werden beide Absatzformen nebeneinander angewandt: einerseits unterhält die Industrie eigene Verkaufsstellen, und zwar sog. Werkshandelsbetriebe, die unmittelbar dem Produktionsbetrieb angegliedert sind, sowie Filialhandelsbetriebe, die von der Industrie außerhalb ihres Produktionsortes unterhalten werden. Andererseits besteht ein selbständiger Kraftfahrzeughandel, der die Fahrzeuge von der Industrie kauft, um sie auf eigene Rechnung zu verkaufen.

Dieses ungewöhnliche Nebeneinander von Direktvertrieb und Fachhandel ist charakteristisch für den Kraftfahrzeugmarkt; es ist in dieser Form in keinem anderen Gewerbezweig zu finden. In der Regel lehnt aber der Handel den Vertrieb von Waren grundsätzlich ab, die daneben auch vom Hersteller unmittelbar an den Verbraucher verkauft werden. Wo dennoch beide Absatzformen nebeneinander angewandt werden, wird regelmäßig eine gebietliche Trennung vorgenommen, so daß sich Erzeuger und Handel nicht gegenseitig Konkurrenz machen.

Auf dem Kraftfahrzeugmarkt dagegen ist eine derartige räumliche Scheidung nicht üblich; hier stehen Fabrikverkaufsstellen und selbständige Händler in unmittelbarem Wettbewerb miteinander.

Eine solche Organisation ergibt sich keineswegs notwendigerweise aus der Eigenart des Kraftfahrzeugabsatzes und ist durchaus nicht in allen Ländern in dieser Form vorhanden; in Amerika beispielsweise ist der Direktverkauf durch die Fabriken völlig unbekannt. Die Industrie hat in Deutschland in den ersten Jahren des Automobilbaues in größeren Städten außerhalb ihres Produktionsortes Reparaturwerkstätten gegründet, weil die dort vorhandenen Schlosser, Mechaniker oder Klempner, mangels genügender Sachkenntnis, den Ansprüchen nicht gerecht werden konnten. Es liegt auf der Hand, daß diese „Filialen" sich auch um den Verkauf der Erzeugnisse ihrer Firmen bemühten. Als sich später ein selbständiger Handel entwickelt hatte, wurden trotzdem die Verkaufsstellen aufrecht erhalten. So ist dieses Nebeneinander von Direktverkauf und Fachhandel bis in die Gegenwart bestehen geblieben.

b) Der Kraftfahrzeughandel und seine Stellung auf dem Kraftfahrzeugmarkt.

Die Eigenart der Absatzorganisation bringt es mit sich, daß der Begriff „Kraftfahrzeughandel" zwei verschiedene Bedeutungen hat. Der Begriff „Handel" hat an sich schon zwei Inhalte: einerseits bezeichnet er die Tätigkeit des Verkaufens, mit der in der Regel die des Einkaufens, der Lagerhaltung usw. verbunden ist, und andererseits bedeutet er so viel wie Handelsstand; er ist also eine zusammenfassende Benennung für die, in dem betreffenden Gewerbezweig, tätigen Personen. Im Kraftfahrzeughandel sind unter diesen Personen bzw. Betrieben wiederum zwei Gruppen zu unterscheiden, wie oben dargestellt worden ist, die die Tätigkeit des Handels ausführen, nämlich die Fabrikverkaufsstellen, sowie die selbständigen Händler. Es ist üblich, diese selbständigen, im Kraftfahrzeugabsatz tätigen Personen und Betriebe als „Kraftfahrzeughandel" zusammenzufassen gegenüber den Verkaufsbetrieben der Industrie.

In der vorliegenden Arbeit soll der Begriff „Kraftfahrzeughandel" in diesem engsten und gebräuchlichsten Sinne verwendet werden; der zu behandelnde Gegenstand sind also die Entwicklung und die Betriebs- und Absatzfragen der selbständigen Handelsbetriebe in der Kraftfahrzeugbranche. Jedoch können sich die Untersuchungen auf die Erörterung dieser Fragen nicht beschränken; denn der selbständige Handel teilt sich, wie schon erwähnt, den

Kraftfahrzeugmarkt mit den Fabrikverkaufsstellen einerseits und den Personen andererseits, die, ohne eigentliche Händler zu sein, ebenfalls im Kraftfahrzeugabsatz tätig sind. Deren Entwicklung und deren Stellung auf dem Kraftfahrzeugmarkt ist in vielen Fällen von großer Bedeutung für den selbständigen Handel, und zum Verständnis der Dinge ist daher deren gelegentliche Behandlung ebenfalls erforderlich. Im Mittelpunkt der Arbeit soll jedoch der selbständige Kraftfahrzeughandel und vor allem der Kraftwagenhandel stehen, und die übrigen am Kraftfahrzeugabsatz Beteiligten sollen nur insoweit mit einbezogen werden, wie ihre Zusammensetzung und Tätigkeit von Einfluß ist auf den selbständigen Handel.

2. Die Funktionen des Kraftfahrzeughandels.

a) Die Aufteilung des Aufgabenbereichs im Kraftfahrzeughandel.

Die normalen Funktionen jeden Handels sind Einkauf, Lagerhaltung, Kundenwerbung und Verkauf; dazu kommt bei größeren Objekten heutzutage üblicherweise noch die Absatzfinanzierung. Diese Funktionen werden in den einzelnen Zweigen des Kraftfahrzeughandels und ebenfalls von den einzelnen Betriebsgrößen in sehr verschiedenem Umfange übernommen.

Die Tätigkeit des Kraftfahrzeughandels erstreckt sich normalerweise auf 4 Gebiete:

1. Verkauf von neuen Kraftfahrzeugen.
2. An- und Verkauf von gebrauchten Fahrzeugen.
3. Vertrieb von Zubehör- und Ersatzteilen, Treibstoffen, Ölen usw.
4. Ausführung von Kraftfahrzeugreparaturen.[1]

Bisweilen sind dem eigentlichen Kraftfahrzeughandel weitere Nebengewerbebetriebe angegliedert, z. B. Garagenbetriebe, Fahrschulen, Fuhr- und Vermietungsunternehmungen u. dgl. Auf dem Lande und in Kleinstädten findet sich gelegentlich auch die Ver-

1. Vgl. hierzu J. Hassinger: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft, 1939, S. 21.

einigung mit dem Fahrradhandel, dem Handel mit landwirtschaftlichen Maschinen usw. Solche Gemischtbetriebe sind besonders in den Groß- und Mittelstädten jedoch selten, ihre Bedeutung ist ganz gering.

Der Tätigkeitsbereich des Kraftfahrzeughandels ist größer, als dies sonst im Handel üblich ist. Es ist daher nicht verwunderlich, daß innerhalb des Kraftfahrzeughandels eine Spezialisierung stattgefunden hat und nicht alle Betriebe sämtliche Tätigkeiten ausführen.

Naturgemäß ist die Arbeitsteilung bei den großstädtischen Betrieben am weitesten fortgeschritten; denn sie hat zur Voraussetzung, daß auch die Übernahme nur eines Teils der Funktionen ausreichende Beschäftigung für einen Betrieb bietet. So hat sich beispielsweise ein Spezialhandel für Gebrauchtwagen, für Kraftfahrzeugzubehör und für Betriebsstoffe gebildet. Innerhalb des Verkaufs neuer Fahrzeuge hat in der Regel eine Aufteilung stattgefunden zwischen einem besonderen Motorrad-, einem Personen- und einem Lastwagenhandel.

Eine solche Spezialisierung nach den einzelnen Kraftfahrzeugarten ist durchaus die Regel. Dagegen wird bei den meisten Betrieben die Vereinigung der oben angeführten 4 Teilgebiete beibehalten, denn zwischen ihnen besteht ein organischer Zusammenhang; sie dienen alle der Befriedigung eines und desselben Bedürfnisses, und es ist für den Kunden des Kraftfahrzeughandels am bequemsten, wenn er sich in all diesen Teilgebieten an denselben Händler wenden kann. Der Vorteil der Spezialbetriebe ist dagegen, daß sie auf ihrem Gebiet im allgemeinen leistungsfähiger sind als die kombinierten Betriebe.

Sehr problematisch war lange Zeit die Verbindung von Neu- und und Altwagenhandel. Während eine solche Kombination in anderen Branchen nur äußerst selten vorkommt und auch dann noch eine Ausnahme darstellt, ist diese Vereinigung im Kraftfahrzeughandel allgemein üblich. Der Handel mit Gebrauchtwagen hat sich in den letzten 4—5 Jahren als eine sehr zweckmäßige Ergänzung des Neuwagengeschäfts erwiesen und hat durch die Regelung des

Gebrauchtwagenmarktes, die durch die Marktordnung vorgenommen worden ist, den größten Teil der ihm anhaftenden Schwierigkeiten verloren.

b) Die Beschränkung der Selbständigkeit im Kraftfahrzeughandel.

In den meisten Handelszweigen ist es üblich, daß der Händler auf eigene Rechnung und nach eigenen Dispositionen einkauft, ohne hierbei an eine bestimmte Lieferfirma gebunden zu sein. Dies ist beim Kraftfahrzeughandel nicht der Fall. Hier ist der Händler vielmehr durch feste Verträge an einen oder mehrere bestimmte Lieferanten gebunden, und diese sog. Händlerverträge schränken seine Bewegungsfreiheit ganz erheblich ein. Abgesehen von einigen Ausnahmen enthalten sie die sogenannte Ausschließlichkeitsklausel, d. h. eine Vereinbarung, in der sich der Händler verpflichtet, keine Erzeugnisse anderer als der vertragschließenden Lieferfirma zu führen. (Die Ausschließlichkeitsklausel ist verboten, wenn die gewerbliche Niederlassung des Händlers in einer Gemeinde von weniger als 50 000 Einwohnern liegt.) Die Vertretung eines einzigen Fabrikats ist daher im Kraftfahrzeughandel am häufigsten.

Über die Anzahl der ein -und mehrfachen Vertretungen gibt folgende Tabelle Auskunft:

Zahl und Anteil der Vertretungen im Kraftfahrzeughandel.[1]

Anzahl der Vertretungen	1935 absolut	in %	1936 absolut	in %	1937 absolut	in %	1938 absolut	in %
keine[2]	369	5,7	256	3,7	142	2,2	145	2,1
1	4 358	70,0	4 214	61,7	4 360	62,9	4 308	62,3
2	1 119	17,7	1 345	19,7	1 469	21,2	1 400	20,2
3	323	5,1	597	8,8	589	8,4	612	8,9
mehr als 3	104	1,5	418	6,1	363	5,2	449	6,5

Infolge der Festlegung auf ein oder wenige Fabrikate befindet sich der Kraftfahrzeughändler in großer Abhängigkeit von seinem

1. Zahlenangaben aus: DAT Geschäftsberichte von 1935 S. 8 u. 1938 S. 15.

2. Als Wiederverkäufer ohne Vertretungsvertrag werden nur solche Firmen anerkannt, die sich gerade im Übergang von einer Vertretung zur anderen befinden.

Lieferanten. Sie wird dadurch noch vergrößert, daß dem Händler die Funktion der Preisbildung genommen ist. Durch die Bindung an seine Lieferfirma hat er auf die Höhe seiner Einkaufspreise, die nach bestimmten, in der Marktordnung aufgeführten Regeln vom Lieferanten festgesetzt werden, keinen Einfluß. Da außerdem auch die Höhe der Verkaufspreise festgesetzt ist, hat er gegenwärtig auf die Höhe der Handelsspanne keinerlei Einfluß.

Auch die Funktion der Lagerhaltung wird vielfach nicht vom Handel übernommen oder bisweilen nur in beschränktem Umfange. Bei den kleineren Händlern, den sog. Untervertretern, die nicht direkt vom Erzeuger, sondern von einem dazwischengeschalteten Direktvertreter beliefert werden, ist die Lagerhaltung eine Seltenheit. In der letzten Zeit spielte sie jedoch auch bei den übrigen Händlern infolge der Warenknappheit eine untergeordnete Rolle.

Die Kundenwerbung wird ebenfalls nur z. T. vom Kraftfahrzeughandel durchgeführt. Wie dies bei Markenartikeln üblich ist, wird ein großer Teil der Werbung durch die Industrie vorgenommen. Die Arbeitsteilung geschieht in der Weise, daß die allgemein gehaltene, vorbereitende Werbung in der Form von Inseraten, Plakaten, von Beteiligungen an Ausstellungen, Rennen u. dgl. in den Händen der Erzeuger liegt, während die unmittelbare Kaufwerbung, die Bearbeitung des einzelnen Kunden, Sache des Händlers ist. Seine wesentlichsten Werbemittel sind Ausstellungsräume, Vorführwagen und persönliche oder schriftliche Offerten an Kraftfahrzeuginteressenten. Eine Ausnahme macht der Handel mit gebrauchten Kraftfahrzeugen, der in großem Maße mit Zeitungsinseraten arbeitet.

Von den allgemeinen Handelsfunktionen verbleiben dem Kraftfahrzeughandel im vollen Umfang in der Regel nur der Verkauf und die Absatzfinanzierung; der Verkauf auch nur zu festen Preisen. In bezug auf seine Selbständigkeit steht der Kraftfahrzeughandel infolgedessen etwa in der Mitte zwischen dem üblichen Händler anderer Branchen und dem Agenten. Die geringe Selbständigkeit des Händlers ist im Verein mit dem Wettbewerb den eigenen Lieferanten gegenüber charakteristisch für den Kraftfahrzeughandel, und das Zusammenwirken dieser Tatbestände ist die Ursache zahlreicher Schwierigkeiten, mit denen er im Laufe der Zeit zu kämpfen hatte.

3. Die Erscheinungsformen des Kraftfahrzeughandels.

a) Fehlen eines eigentlichen Großhandels.

Einen Großhandel in der Form, wie er in anderen Branchen üblich ist, der also die Verbindung herstellt zwischen Erzeuger und Einzelhändlern und dessen Tätigkeit auf deren Belieferung beschränkt ist, gibt es im Kraftfahrzeughandel nicht. Zwar werden bei weitem nicht alle Einzelhändler unmittelbar von der Industrie beliefert, aber die Betriebe, die in diesen Fällen das Zwischenglied bilden, pflegen regelmäßig auch selbst den Verkauf an den Verbraucher, sind also zugleich auch Einzelhändler.

Verhältnismäßig am ausgeprägtesten sind die Großhandelsbetriebe noch im Außenhandelsgeschäft. Auch hier kommen unmittelbare Belieferungen von Verbrauchern vor, aber der Verkauf an Handelsbetriebe spielt die ausschlaggebende Rolle.

Jedoch ist die Beteiligung des selbständigen Handels am Import- und vor allem am Exportgeschäft sehr gering. Bei der Einfuhr nimmt die ausländische Firma den Import im allgemeinen selbst in die Hand, sofern der Umfang der Einfuhr hierfür groß genug ist. Dem Handel bleibt im wesentlichen der Vertrieb der in geringen Mengen eingeführten ausländischen Fabrikate überlassen. Von der Ausfuhr ist der Handel bis auf ganz geringe Ausnahmen vollkommen ausgeschlossen; gegenwärtig wird der Export von Kraftfahrzeugen, Zubehör- und Einzelteilen fast vollständig von den Erzeugern selbst vorgenommen, ohne daß ein Großhandelsbetrieb dazwischengeschaltet ist. In den wenigen Fällen, in denen hiervon eine Ausnahme gemacht wird, ist die betreffende Großhandelsfirma meistens eine mit zahlreichen Waren handelnde Exportfirma und kein Kraftfahrzeughandelsbetrieb.

b) Gliederung des Einzelhandels in:

α Reine Handelsbetriebe,

β Kombinierte Reparatur- und Handelsbetriebe.

Die Betriebe des Kraftfahrzeughandels haben regelmäßig den Absatz an den Verbraucher zum Gegenstand; daß eine ganze Anzahl von ihnen daneben auch andere Einzelhandelsbetriebe beliefert,

ist bereits erwähnt worden. Die unmittelbar von der Fabrik belieferten Händler werden Direktvertreter genannt, die übrigen Untervertreter. Die Gesamtzahl der Kraftfahrzeughändler und der Anteil der Direkt- und Untervertreter zeigte in den letzten Jahren folgende Entwicklung:

Der Bestand an Kraftwagenhändlern und der Anteil der Direkt- und Untervertreter in den Jahren 1935—1938.[1]

Jahr	Händler insgesamt	Direktvertreter absolut	Direktvertreter in %	Untervertreter absolut	Untervertreter in %
1935	6 273	2 457	39,2	3 816	60,8
1936	6 830	2 510	36,7	4 320	63,3
1937	6 923	2 508	36,4	4 415	63,6
1938	6 914	2 704	39,1	4 210	60,9

Im Jahre 1938 verteilten sich die Kraftwagenhändler folgendermaßen auf den Personen- und Lastwagenhandel:

Verteilung der Kraftwagenhändler auf den Personen- und Lastwagenhandel 1938.[2]

Gegenstand des Handels	Zahl der Händler absolut	Zahl der Händler in %
Nur Personenwagen	1 994	28,8
Nur Lastwagen	613	8,9
Personen- und Lastwagen	4 162	60,2
Händler ohne Vertretungsvertrag	145	2,1
	6 914	100,0

Die Vereinigung des Personen- und Lastwagenhandels ist also weitaus am häufigsten. Sie ist nur zum Teil darauf zurückzuführen, daß eine Anzahl von Fabriken sowohl Personen- als auch Lastwagen herstellen und die Vertreter dieser Firmen zugleich beide Kraftfahrzeugarten führen. Bei einigen Marken wird nämlich, obgleich das Werk beide herstellt, der Handel dieses Fabrikats streng in Personen- und Lastwagenhandel getrennt. Zum Teil kommt sie

1. Zahlen aus: Geschäftsberichte der DAT von 1935 S. 8, 1936 S. 12, 1938 S. 14.

2. Zahlen aus: Geschäftsberichte der DAT 1938, S. 15.

auch in der Weise zustande, daß der Händler neben einer Personenwagen- eine andere Lastwagenmarke vertritt.

Im Kraftfahrzeughandel finden sich einerseits reine Handelsbetriebe, die also lediglich den An- und Verkauf und die dazugehörigen Tätigkeiten ausführen, und andererseits kombinierte Betriebe, bei denen das eigentliche Handelsgeschäft mit einem anderen gewerblichen Betrieb, und zwar regelmäßig mit einer Reparaturwerkstatt, bisweilen außerdem auch noch mit anderen Betrieben, vereinigt ist.

a Reine Handelsbetriebe.

Reine Handelsbetriebe sind im eigentlichen Fahrzeughandel selten. Über eine eigene Werkstatt verfügten

1935	90,4 %
1936	91,1 %
1937	92,1 %
1938[1]	94,8 %

aller Händler. Nur der Rest waren reine Handelsbetriebe. Der Grund für diese in keinem andern Handelszweig zu beobachtende Erscheinung liegt in der Eigenart des Kraftfahrzeugkaufs. Die Beziehungen zwischen Käufer und Händler finden keineswegs ihren Abschluß mit der Auslieferung des Fahrzeugs und der Zahlung des Kaufpreises. Der Händler kann sich nicht auf den eigentlichen Verkauf beschränken, sondern es ist daneben seine Aufgabe, das Einfahren zu überwachen und in bestimmten Abständen technische Kontrollen, die Pflege des Wagens, Beratung und Durchführung bei Reparaturen vorzunehmen. Ford hat sich über dieses Verhältnis zwischen Händler und Kunden folgendermaßen geäußert: „Wir haben immer die Ansicht vertreten, daß mit dem Verkauf eines Wagens keineswegs die entstandenen Beziehungen zwischen uns und dem Besitzer des Wagens erschöpft sein könnten, sondern daß dadurch uns vielmehr die neue Verpflichtung auferlegt werde, auch weiterhin darauf zu achten, daß dieser Wagen seinem Besitzer gute Dienste leistet. Wir sind genau so interessiert an einer ökonomischen Betriebsweise Ihres Automobils, wie Sie es an seiner ökonomischen Herstellungsweise durch uns sein dürften."

1. Geschäftsberichte der DAT 1935 S. 9, 1936 S. 12, 1937 S. 15, 1938 S. 15.

Diese den eigentlichen Verkauf übersteigenden Leistungen des Händlers werden als „Kundendienst" bezeichnet. Sie sind nicht etwa ein Geschenk an den Kunden, sondern zum Teil im Kaufpreis einbegriffen, zum Teil werden sie vom Käufer extra bezahlt.

Der Kundendienst kann nur in Spezialwerkstätten, d. h. Werkstätten, die eigens für die Reparatur von Fahrzeugen der betreffenden Marke eingerichtet sind, vorgenommen werden. Das Naheliegendste ist daher, daß sich der Handelsbetrieb selbst eine solche Werkstatt angliedert; andernfalls ist er darauf angewiesen, mit der Durchführung des Kundendienstes eine fremde Werkstatt zu beauftragen und diese dafür zu bezahlen. In größeren Städten, in denen leistungsfähige selbständige Spezialwerkstätten bestehen oder derartige Betriebe von der Kraftfahrzeugindustrie unterhalten werden, ist dieses zweite Verfahren oft das zweckmäßigere. Denn infolge ihres viel größeren Beschäftigungsumfanges können derartige Werkstätten besser eingerichtet werden und können daher die in Frage kommenden Arbeiten im allgemeinen besser und auch billiger ausführen als eine eigene kleine, dem Handelsbetrieb angegliederte Werkstatt. Daher ist auch der Anteil der Handelsbetriebe ohne Werkstatt in Großstädten viel größer als der Durchschnitt. Während 1938 5,2 % aller Händler keine Werkstatt besaßen, betrug deren Anteil in Städten über 100 000 Einwohnern 17 %[1]; etwa die Hälfte aller reinen Handelsbetriebe hat ihren Sitz in Großstädten.

Seit dem Inkrafttreten der Marktordnung ist das Vorhandensein einer eigenen Werkstatt eine der Voraussetzungen für die Anerkennung als Kraftfahrzeughändler. Hiervon wird nur in den Fällen eine Ausnahme gemacht, in denen ein fester Vertrag zwischen dem Handelsbetrieb und einer leistungsfähigen Werkstatt vorliegt, der die Gewähr für die ordnungsmäßige Durchführung des Kundendienstes bietet. Auf diese Bestimmung ist die Abnahme der Handelsbetriebe ohne Werkstatt in den letzten Jahren zurückzuführen.

β Kombinierte Reparatur- und Handelsbetriebe.

Der typische Betrieb im Kraftfahrzeughandel ist die Vereinigung eines Handelsgeschäfts mit einer Werkstatt. Das Verhältnis zwischen den beiden Betriebsteilen ist sehr verschieden. Während

1. Die Angaben sind einer Tabelle des Geschäftsberichts der DAT 1938 S. 15 entnommen.

bei großen Betrieben in der Regel der Handel im Vordergrund steht und die Werkstatt nur ein untergeordneter Nebenbetrieb ist — von direkten Fabrikvertretungen abgesehen —, dessen Tätigkeit sich im wesentlichen auf die Durchführung des Kundendienstes beschränkt, ist es bei Klein- und Kleinstbetrieben oft umgekehrt. Vielfach ist dieses Verhältnis darauf zurückzuführen, daß der Ausgangspunkt eine Reparaturwerkstatt war, der aus Gründen der Kundengewinnung ein Handelsbetrieb angegliedert wurde.

Bei Kleinbetrieben bedeutet eine solche Angliederung keine große Betriebsumstellung; sie besteht im wesentlichen in der Anschaffung eines Vorführwagens, der Vordrucke für den Kaufabschluß und einiger Werbeschriften. Vor allem auf dem Lande pflegen die Kraftfahrzeughandelsbetriebe in dieser etwas primitiven, aber den Ansprüchen vollauf genügenden Form aufgezogen zu werden.

In größeren Orten und vor allem in der Großstadt können derartige Betriebe jedoch kaum bestehen. Hier wird auf die äußere Ausstattung viel mehr Gewicht gelegt. Die Verhältnisse sind allerdings auch hier unterschiedlich bei den einzelnen Kraftfahrzeugarten. Im Motorradhandel sind im großen und ganzen die Ansprüche in bezug auf die äußere Ausgestaltung des Handelsbetriebes am geringsten, im Personenwagenhandel am größten. Hier überbieten sich die einzelnen Firmen geradezu in der luxuriösen Ausstattung ihrer Ausstellungs- und Geschäftsräume. Die Werkstatt hat hier leider heute noch fast immer untergeordnete Bedeutung.

Der Werkstatt ist regelmäßig ein Ersatzteil- und oft auch ein Zubehörlager angegliedert. Während der Handel mit Ersatzteilen von einem Werkstattbetrieb nicht zu trennen ist, stellt der Zubehörhandel, volkswirtschaftlich betrachtet, einen besonderen Handelsbetrieb dar. Ein solcher Unterschied besteht aber selbstverständlich nur in der gedanklichen Einordnung der Dinge. Praktisch kommt es vollkommen auf dasselbe heraus, ob der Kunde im Werkstattbetrieb beispielsweise Zündkerzen (Ersatzteile) oder eine Kühlerschutzhaube (Zubehör) kauft. Ersatzteil- und Zubehörhandel gehen bei der Werkstatt ineinander über.

Häufig, von Großstädten abgesehen, sind dem kombinierten Werkstatt- und Handelsbetrieb auch noch andere Nebenbetriebe angeschlossen, vor allem Tankstellen- und Garagenbetriebe. Seltener ist die Angliederung von Fahrschulen. Sie hatten früher größere Bedeutung und dienten dazu, durch verbilligte oder kostenlose Erteilung von Fahrunterricht an die Käufer eines Kraftfahrzeugs, den Kaufpreis mittelbar herabzusetzen. Heute sind derartige Preisunterbietungen durch die Marktordnung verboten, und die Unterhaltung von Fahrschulen durch die Handelsbetriebe ist daher gegenwärtig eine Ausnahme. Ganz gelegentlich ist mit dem Handelsbetrieb auch ein Kraftwagenvermietungs- oder auch ein Fuhrunternehmen verbunden. Hierdurch soll bisweilen für das Altwagenlager eine zusätzliche Verwertungsmöglichkeit geschaffen werden.

Wie schon erwähnt wurde, spielt das Altwagengeschäft im Kraftfahrzeughandel eine große Rolle. Betriebe, die mit gebrauchten Fahrzeugen handeln, verfügen regelmäßig über eine eigene oder aber, was meistens der Fall ist, eine Vertragswerkstatt. Denn jedes gebrauchte Fahrzeug muß vor dem Verkauf gründlich durchgesehen, überholt und äußerlich etwas ansehnlich gemacht werden, wenn unnötige Verluste für den Händler vermieden werden sollen; diese Arbeiten werden zweckmäßigerweise in einer eigenen Werkstatt vorgenommen. Der Altwagenhandel wird teilweise neben dem Neuwagengeschäft und teilweise als selbständiger Handelszweig betrieben. Seit der Beseitigung der, mit der Inzahlungnahme des gebrauchten Wagens beim Neuwagenkauf verbunden gewesenen, Schwierigkeiten durch die Marktordnung, hat der Spezial-Altwagenhandel an Bedeutung zugenommen (s. Abschnitt „Das Altwagenproblem“ dieser Arbeit).

c) Die Verkaufsstellen der Industrie.

Zur Vervollständigung des Bildes vom Kraftfahrzeughandel soll kurz die Bedeutung des großen Konkurrenten, der Fabrikverkaufsstellen, dargestellt werden.

Die Industrie betreibt den Kraftfahrzeugabsatz an den Verbraucher einmal unmittelbar vom Werk aus im sog. Werkshandel und teilweise außerdem in Filialen, die sie in anderen Orten errichtet hat. Der Werkshandel ist allgemein üblich, und zwar wird hauptsächlich durch ihn der Absatz an öffentliche Stellen und andere

Großabnehmer vorgenommen; es wird aber bisweilen auch der Verkauf an Einzelabnehmer betrieben.

Zahlenmäßig zeigt das Verhältnis zwischen selbständigem Handel und den Fabrikfilialen folgendes Bild:

Die Zahl der Kraftfahrzeug-Verkaufsbetriebe 1935/1938.[1]

Jahr	Selbständ. Handel	Fabrikverkaufsstellen	Insgesamt
1935	6 273	150	6 423
1936	6 830	151	6 981
1937	6 923	149	7 072
1938	6 914	166	7 080

Die unmittelbar an die Werke angegliederten Verkaufsabteilungen sind in dieser Aufstellung nicht enthalten.

Die Industrieverkaufsstellen sind regelmäßig Großbetriebe, die sich mit geringen Ausnahmen in Orten zusammengeballter Nachfrage befinden. Von den 166 Automobilverkaufsstellen der Industrie 1938 lagen 3 in Kleinstädten, 20 in Mittelstädten und die übrigen 143 in Großstädten.[2] Ihre Bedeutung für den Kraftfahrzeugabsatz ist daher erheblich größer, als dies bei einem Vergleich der Anzahl der Verkaufsbetriebe von Industrie und selbständigem Handel den Anschein hat. Genauere Angaben lassen sich jedoch über den Anteil der Industrieverkaufsstellen am Gesamtabsatz nicht machen, da die Industrie im allgemeinen ihre Umsätze im Einzelhandel nicht gesondert aufweist.

Im Personenwagenhandel spielen die Werks-Verkaufsstellen der Industrie heute nur beim Import- und Exportgeschäft noch eine größere Rolle. Die Ausfuhr ihrer Erzeugnisse nimmt die betreffende Industriefirma regelmäßig selbst vor unter Ausschaltung des selbständigen Handels. Daneben befaßt sich die Industrie im reinen Inlandgeschäft im allgemeinen lediglich mit der Belieferung der Behörden und anderer öffentlicher Stellen, nur in Ausnahmefällen auch noch mit dem Absatz an sonstige Großabnehmer. Verkäufe an Einzelabnehmer führt sie nicht mehr aus.

1. Aus: Geschäftsberichte der DAT 1936 und 1938.
2. Geschäftsbericht der DAT 1938, S. 8.

Größere Bedeutung haben die Industrieverkaufsstellen jedoch im Lastwagenhandel. Hier bemühen sich die Firmen auch oft um den Einzelabsatz, und einige nehmen sogar den Absatz ihrer Erzeugnisse zum überwiegenden Teil in eigenen Verkaufsabteilungen und -filialen vor.

Auch im Zubehör- und Einzelhandel sind eigene Verkaufsstellen üblich. Eine große Bedeutung haben sie im Reifenhandel, der zeitweilig, wenn die Wettbewerbsverhältnisse besonders unerquicklich waren, fast vollständig in den Händen der Industrie lag. Durch die heute bestehenden Preisbindungen ist der Wettbewerbsvorsprung der Industrie auch im Reifengeschäft verschwunden, und die Beteiligung des selbständigen Handels am Reifenhandel hat daher zugenommen. Am Betriebsstoffabsatz sind die Erzeugerfirmen ebenfalls mit zahlreichen eigenen Verkaufsstellen beteiligt.

4. Der Gegenstand des Kraftfahrzeughandels.

Wie sich im wesentlichen schon aus den vorangegangenen Erörterungen ergibt, sind der Gegenstand des Kraftfahrzeughandels einerseits die verschiedenen Kraftfahrzeugarten und andererseits eine ganze Anzahl verschiedenartiger Waren, die mit dem Kraftfahrzeug zusammenhängen. Unter den vom Handel vertriebenen Fahrzeugen sind drei große Gruppen zu unterscheiden: Motorräder, Personenwagen und Lastwagen.

a) Motorräder.

Motorräder werden in sehr verschiedenen Stärken und infolgedessen auch sehr unterschiedlichen Preisen hergestellt, angefangen beim Fahrrad mit Hilfsmotor bis zur schwersten Sportmaschine. Der Übergang vom Fahrrad mit Hilfsmotor zum Motorrad ist fließend; man rechnet üblicherweise diejenigen Zweirad-Fahrzeuge zu den Motorrädern, die keine Tretkurbel haben. Der kleinste gebräuchliche Motorenhub ist 100 ccm, der größte 1000 ccm; die am häufigsten verwendeten Maschinen sind die mit einem Hubraum von 200 und von 250 ccm.

Kraftradbestand nach Größenklassen.[1]

in ccm Hubraum	1937 ohne Österreich		1938 ohne Österreich		mit Österreich		1937 = 100 ohne Österreich
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %	
Krafträder, ges.	1 327 189	100	1 513 328	100	1 582 872	100	114,0
—100	206 624	15,6	320 574	21,2	321 198	20,3	155,1
über 100—250	655 149	49,3	767 289	50,7	804 618	50,8	117,1
über 250—350	195 371	14,7	159 001	10,5	169 363	10,7	81,4
über 350—500	214 725	16,2	210 680	13,9	224 389	14,2	98,1
über 500 ccm	55 320	4,2	55 784	3,7	63 304	4,0	100,8

b) Personenwagen.

Die gegenwärtig hergestellten Personenwagen laufen sämtlich auf 4 Rädern; von den früheren Versuchen, Dreiradkonstruktionen herauszubringen, ist man abgekommen. Vor dem Kriege 1914/18 erfreuten sich schwere sechs- und siebensitzige Wagen großer Beliebtheit. Heute werden derartige Fahrzeuge nur noch in wenigen Ausführungen hergestellt und in seltenen Fällen verwendet. Der viersitzige Wagen überwiegt bei weitem; daneben haben nur noch zweisitzige Fahrzeuge größere Bedeutung.

Die einzelnen Typen sind in bezug auf Motorstärke und Preislage außerordentlich verschieden. Leichte Wagen mit einer Motorleistung von rd. 18 PS werden als Zweisitzer schon zum Preise von ungefähr 1600,— RM und als Viersitzer etwas unter 2000,— RM angeboten. Die schwersten serienmäßig hergestellten Wagen verfügen über eine Motorstärke von 200—230 PS, z. B. Maybach und Mercedes in einer Preisklasse von rund 30 000,— bis 46 000,— RM. Zwischen diesen beiden Extremen sind nahezu alle Motorstärken und Preisklassen vertreten. Der noch nicht 1000,— RM kostende Volkswagen wird aller Wahrscheinlichkeit nach nicht Gegenstand des Kraftfahrzeughandels sein, sondern durch eine eigene Absatzorganisation vertrieben werden.

1. Entnommen aus: Tatsachen und Zahlen der Kraftverkehrswirtschaft 1937 und 1938.

Personenwagenbestand nach Größenklassen.[1]

in ccm Hubraum	1937 ohne Österreich Anzahl	in %	1938 ohne Österreich Anzahl	in %	1938 mit Österreich Anzahl	in %	1938 i. Verh. zu 1937 (=100) o. Österr.
Personenwagen ges.	1 108 433	100	1 271 983	100	1 305 608	100	114,8
—1000	266 830	24,1	311 656	24,5	318 071	24,4	116,8
über 1000—1500	430 565	38,8	501 343	39,5	510 207	39,0	116,4
über 1500—2000	231 675	20,9	251 669	19,8	258 444	19,8	108,6
über 2000—2500	51 309	4,6	77 716	6,1	84 266	6,5	151,5
über 2500—3000	50 807	4,6	49 630	3,9	51 330	3,9	97,7
über 3000—4000	58 675	5,3	62 635	4,9	64 681	5,0	106,7
über 4000 ccm	18 365	1,7	16 963	1,3	18 235	1,4	92,4
andere	207	0,0	371	0,0	374	0,0	179,2

Bei den Personenwagen unterscheidet man nach der Konstruktion des Aufbaues (früher Karosserie genannt) verschiedene Typen. Am gebräuchlichsten ist der geschlossene Wagen mit festem Verdeck, die Limousine. Er hat den Vorteil größter Unempfindlichkeit gegen Witterungseinflüsse; dafür ist bei ihm die Sicht nach oben behindert und auch die Ventilation beschränkt. Das Gegenstück zur Limousine, der von der Armlehne an vollkommen offene Wagen, Phaeton genannt, der nur mit einem klappbaren, seitlich offenen Segeltuchverdeck ausgerüstet ist, ist heute nahezu völlig abgekommen. Derartige Wagen werden fast nur noch von Behörden und anderen öffentlichen Stellen bei feierlichen Auffahrten u. dgl. verwendet. Viel gekauft wird ein Mittelding zwischen diesen beiden Typen, das Kabriolet und die Kabrio-Limousine. Auch diese Fahrzeuge haben ein zurückklappbares Verdeck, außerdem aber seitliche kurbelbare Scheiben, so daß der Wagen vollkommen geschlossen werden kann. Diesem Vorzug, daß der Wagen sowohl offen als auch geschlossen gefahren werden kann, stehen als Nachteile gegenüber, daß einmal seine Herstellung, besonders beim Vollkabriolet, wesentlich teurer ist als die der Limousine, und daß vor allem die Haltbarkeit des Klappverdecks begrenzt ist. Außerdem bietet der Aufbau nicht die Stabilität einer Limousine und neigt frühzeitiger zu Geräuschen. Weiterhin ist der Schutz gegen die Witterungseinflüsse bei diesen Fahrzeugen niemals so vollkommen wie bei der Limousine.

1. Entnommen aus: Tatsachen und Zahlen 1937 und 1938.

c) Lastwagen.

Zur Beförderung von Lasten werden verschiedenartige Kraftfahrzeuge benutzt; einmal solche, die selbst beladen werden, und daneben sog. Zugmaschinen (Traktoren), die keine Lasten tragen, sondern motorlose Anhänger ziehen.

Klein-Lastwagen werden Lieferwagen genannt; sie werden in drei- und vierrädiger Ausführung hergestellt. Die leichtesten von ihnen haben einen Hubraum von nur 400 ccm. Die etwas größeren Ausführungen haben oft dasselbe Fahrgestell und den gleichen Motor wie die Personenwagen, sofern die Fabrik beide Fahrzeugarten herstellt, und unterscheiden sich von diesen nur durch den Aufbau.

Die leichteren Lastwagen sind im allgemeinen vierrädrig, bei den etwas größeren Ausführungen tragen die beiden Hinterräder oft Zwillingsreifen. Starke Lastwagen laufen in der Regel auf sechs Rädern, oder, wie die übliche Ausdrucksweise lautet, auf 3 Achsen, wobei alle 4 Hinterräder angetrieben werden. Meistens sind die Hinterräder dazu noch mit Zwillingsreifen ausgerüstet. Während, abgesehen von Versuchsfahrzeugen, sämtliche Motorräder und Personenwagen von Benzinmotoren angetrieben werden, laufen die schweren Lastwagen immer, bisweilen auch die mittleren, mit Dieselmotoren, die Naphta, auch Dieselöl genannt, als Treibstoff verbrauchen.

Durch die Kriegswirtschaft werden in größerem Umfange Versuche unternommen, durch Verwendung heimischer Treibstoffe, die nicht unmittelbar kriegsnotwendige Motorisierung zum Teil aufrecht zu erhalten.

Lastwagen werden nach dem zulässigen Ladegewicht klassifiziert, das in t (1000 kg) angegeben wird. Die kleinsten, als Lastwagen bezeichneten, Fahrzeuge haben eine Tragfähigkeit von ½ t, die schwersten bis zu 10 t.

Lastwagen werden mit den verschiedensten Aufbauten geliefert. Der Laderaum wird als Pritsche, d. h. offener Aufbau, oder als geschlossener Kasten gebaut. Bei den offenen Wagen sind zur Erleichterung des Ladens die Seitenwände und die Rückwand herunterklappbar. Je nach der Empfindlichkeit der zu transportierenden Güter kann der Laderaum durch eine Plane überdacht werden. Bei der geschlossenen Kastenform bildet eine Tür in der Rückwand den

Zugang zum Laderaum. Außer diesen drei Hauptformen werden noch diverse andere Spezial-Aufbauten geliefert, wie z. B. Kühlwagen, die aber viel weniger häufig verwendet werden.

Die Beförderungsleistung eines Lastwagens kann dadurch erhöht werden, daß je nach Stärke des Triebwagens ein, zwei, ja auch drei Anhänger mit ihm gekuppelt werden. Diese Anhänger werden wieder, sowohl mit 2 als auch mit 3 Achsen hergestellt. Die gebräuchlichste Form ist die des Pritschenwagens.

In den letzten Jahren sind ganz kleine, einachsige Anhänger immer mehr in Aufnahme gekommen, die an Personenwagen angekuppelt werden. Ihr Laderaum ist zwar gering, aber sie genügen den Ansprüchen in vielen Fällen und ersetzen bei kleineren Gewerbetreibenden oft einen Lieferwagen.

Zum Fortbewegen großer Anhänger oder anderer motorloser Fahrzeuge (z. B. in der Speditionsbranche, Kohlenhandel usw.) werden vielfach Zugmaschinen (Traktoren) benutzt, die lediglich aus einem Fahrgestell mit Motor und einem Führersitz oder -haus bestehen und keine Ladefläche haben. Sie werden in verschiedenen Stärken hergestellt und regelmäßig von Dieselmotoren getrieben. Zugmaschinen sind erheblich langsamer als Lastwagen, haben dafür aber auch einen sehr geringen Brennstoffverbrauch. Weitere Vorzüge bestehen darin, daß sie vor die verschiedensten Fahrzeuge gespannt werden können und außergewöhnlich wendig sind.

Infolge ihrer Langsamkeit können sie nur im Nahverkehr verwendet werden, hier aber dafür oft mit großem Vorteil. Auch in der Landwirtschaft nimmt ihre Anwendung immer mehr zu, da sie sich sehr gut zum Ziehen landwirtschaftlicher Maschinen eignen. Ihre Rentabilität ist in den meisten Fällen größer als die, einer die gleichen Leistungen vollbringenden Anzahl Pferde.

d) Die Nebengewerbe des Kraftfahrzeughandels.

Neben dem An- und Verkauf von neuen und gebrauchten Kraftfahrzeugen nimmt der Kraftfahrzeughandel einmal den Vertrieb von Zubehör- und Ersatzteilen vor. Unter Zubehör versteht man solche Gegenstände, die nicht mit dem Fahrzeug mitgeliefert werden und zur Verwendung des Kraftfahrzeugs auch nicht erforderlich sind, deren Anbringung und Gebrauch aber eine größere Sicherheit oder

Bequemlichkeit beim Fahren gewährt. Solche Zubehörteile sind z. B. Kühlerschutzhauben, Heizvorrichtungen für die Windschutzscheibe, für das Wageninnere oder für den Motor, Spezialscheinwerfer u. dgl.

Ersatzteile sind dagegen diejenigen Einzelteile, die zur Ergänzung abgenützter oder defekt gegangener Fahrzeugteile dienen und gegen die alten, unbrauchbar gewordenen, ausgewechselt werden. Sämtliche, überhaupt am Fahrzeug vorhandenen, Teile können zum Einbau an Stelle alter Teile, also als Ersatzteile geliefert werden, angefangen von der kleinsten Schraube bis zum Austauschmotor. Zu den Ersatzteilen sind auch die Reifen zu rechnen.

Mit dem Verkauf der Ersatzteile ist fast immer auch der Einbau in das Fahrzeug verbunden, der in einer Reparaturwerkstatt vorgenommen wird. Die Ausführung von Kraftfahrzeugreparaturen ist daher ebenfalls als Gegenstand des Kraftfahrzeughandels zu bezeichnen, ebenso wie die Durchführung des Kundendienstes, sofern diese Tätigkeiten von den Handelsbetrieben in eigenen Werkstätten vorgenommen werden.

Gegenstand des Kraftfahrzeughandels ist außerdem in zahlreichen Fällen der Verkauf von Betriebsstoffen. Dies ist einmal Öl und Fett verschiedenster Sorten für die einzelnen zu schmierenden Fahrzeugteile, und vor allem der eigentliche Brennstoff, mit dem der Motor angetrieben wird. Die mit Viertaktmotoren ausgerüsteten Fahrzeuge, und zwar sind dies die meisten Personenwagen, die schweren Motorräder und die leichten Lastwagen, verwenden Benzin oder ein Benzin-Benzol-Gemisch. Eine Reihe leichter Personenwagen und die meisten leichteren Motorräder laufen mit Zweitaktmotoren und benutzen als Brennstoff ein Benzin-Öl-Gemisch; eine Mischung von benzolhaltigem Benzin mit Öl kommt ebenfalls in Frage. Die mit Dieselmotoren versehenen schweren Lastwagen und Zugmaschinen werden mit Rohöl (Schweröl) angetrieben. Der Vertrieb der Betriebsstoffe wird zum überwiegenden Teil aber von Spezialverkaufsstellen (Tankstellen) vorgenommen, nur zum Teil aber auch von Nebenbetrieben des Kraftfahrzeughandels.

Schließlich ist bisweilen auch die Vermietung von Garagen Gegenstand des Kraftfahrzeughandels.

5. Die Kunden des Kraftfahrzeughandels.

a) Keine ausschlaggebende Relation zwischen Einkommenshöhe und Kraftfahrzeugkauf.

Unter dem Begriff „Kraftfahrzeug" werden, wie oben ausgeführt, außerordentlich unterschiedliche Dinge zusammengefaßt, und infolgedessen setzt sich auch die Kundschaft des Kraftfahrzeughandels aus den verschiedensten Bevölkerungsschichten zusammen. Wenn auch die Unterhaltung eines Fahrzeugs mehr oder weniger große Anforderungen an die finanziellen Möglichkeiten des Halters stellt, so ist es dieser Vielgestaltigkeit wegen doch verfehlt, ein bestimmtes Abhängigkeitsverhältnis zwischen Einkommen und Kraftfahrzeughaltung zu konstruieren, wie dies gelegentlich versucht worden ist.[1] Selbst wenn man zwischen Motorrad-, Personenwagen- und Lastwagenkunden, zu denen dann noch die Abnehmer landwirtschaftlicher Kraftfahrzeuge hinzuzufügen sind, unterscheidet, stößt man keineswegs auf einheitliche Einkommensgruppen. Dennoch ist natürlich eine gewisse Konzentrierung des Absatzes einzelner Kraftfahrzeugarten bei bestimmten Berufs- und Einkommensgruppen zu beobachten, ohne daß deshalb von einem Abhängigkeitsverhältnis gesprochen werden könnte; denn zahlreiche Einkommensbezieher, die finanziell ohne weiteres Käufer und Halter von Kraftfahrzeugen sein könnten, ziehen andere Einkommensverwendungen vor und treten nicht als Kraftfahrzeugkäufer auf. Andererseits findet man häufig besonders im Motorradhandel Käufer mit sehr geringem Einkommen als Käufer schwerer sportlicher Maschinen. Wie schon verschiedentlich betont worden ist (vgl. H. Ludwig: Konjunkturbeobachtung und Marktanalyse als Grundlage des Verkaufsbudgets einer Automobilfabrik, Berlin 1929, und R. Stimptsch: Marktbeobachtung und Wirtschaftsführung in der Kraftfahrzeugindustrie, Berlin 1930), ist die Einkommenshöhe zwar auch ein wesentlicher Faktor beim Kraftfahrzeugkauf, aber bei weitem nicht der einzige und nicht einmal der ausschlaggebende.

---

1. Vgl. I. A. Bader: Einkommen und Kraftfahrzeughaltung in Deutschland, Berlin 29.

b) Die Kunden der einzelnen Kraftfahrzeugarten.

Die Kundschaft des Motorradhandels gehört zum überwiegenden Teil den Arbeiter- und Angestelltenkreisen an, ohne sich indessen hierauf zu beschränken. Aber die verhältnismäßig geringen Anschaffungs- und Unterhaltungskosten, wie auch die besondere Eigenart dieses Kraftfahrzeugs, entsprechen in hohem Maße dem Geldbeutel, den Ansprüchen und Lebensgewohnheiten dieser Käuferschichten.

Die Verwendung eines Motorrades stößt überall da auf Schwierigkeiten, wo weniger Wert auf billiges, als auf bequemeres und sauberes Fahren gelegt wird. Denn der Motorradfahrer ist allen Unbilden der Witterung, dem Staub und Straßenschmutz ausgesetzt und darf auch in bezug auf Bequemlichkeit keine großen Ansprüche stellen. Am häufigsten wird das Motorrad daher von solchen Personen benutzt, die größere Strecken zur Arbeitsstelle zurücklegen müssen und deren Kleidung gegen Beschmutzung und Witterungseinflüssen nicht sehr empfindlich oder zweckentsprechend ist. Eine geringere Rolle spielen diejenigen, die das Motorrad vorwiegend als Sportgegenstand verwenden, zu sonntäglichen Ausfahrten u. dgl. Hierbei gesellt sich, zu der bisher erwähnten Kundschaft, insbesondere die Jugend der verschiedensten Einkommensschichten, die einen großen Teil der Käufer vor allem schwerer Motorräder darstellen.

Die schwierigere Handhabung des Fahrzeugs und die größere Empfindlichkeit des Motors, die häufig kleinere Reparaturen zur Folge hat, setzt weiterhin ein gewisses technisches Verständnis des Fahrers voraus, und dies ist ein weiterer Grund, der breite Kreise vom Kauf eines Motorrades abhält.

Während die Kundschaft des Kraftradhandels eine immerhin noch verhältnismäßig einheitliche Gruppe darstellt, setzen sich die Käufer von Personenwagen aus den verschiedensten Berufs- und Einkommensschichten zusammen. Dadurch, daß der Personenwagen in zahlreichen Fällen nicht nur der Bequemlichkeit, sondern auch der Berufstätigkeit dient, ist seine Anschaffung und Unterhaltung weiten Bevölkerungsschichten möglich, die sich einen Wagen zu privaten Zwecken nicht leisten könnten. Die Abneigung gegen die, mit dem Fahren und Pflegen des Wagens verbundenen, Unbequemlichkeiten, die früher vielfach die mittleren Einkommens-

schichten vom Kauf eines Kraftfahrzeuges abgehalten haben, scheint mit fortschreitender Verbesserung und Anpassung der Konstruktion an das, bisweilen nur geringe technische Geschick der sog. Herrenfahrer und mit der komfortableren Ausstattung auch der kleinen und mittleren Wagen immer mehr abzunehmen. Hierdurch hat, in Verbindung mit der Einkommenssteigerung, der Personenwagenabsatz in den letzten Jahren eine außerordentliche Zunahme erfahren; denn die Anstellung eines Fahrers für die Bedienung und Instandhaltung eines Wagens bedeutet eine so erhebliche Erhöhung der Unterhaltungskosten, daß diese Möglichkeit immer nur auf verhältnismäßig wenige Einkommensschichten beschränkt sein wird.

Die Schaffung des Volkswagens hat den Kreis der Personenwagenkäufer ganz beträchtlich ausgeweitet, und zwar durch das hierbei angewandte Sparsystem bereits vor Fertigstellung der ersten Serienfahrzeuge. Vor allem sein Kaufpreis konnte durch die Anwendung rationellster Herstellungsverfahren so weit gesenkt werden, daß zahlreichen Einkommensempfängern zumindest die Anschaffung möglich geworden ist, die bisher nicht als Käufer eines Kraftwagens auftreten konnten. Aber auch die Unterhaltungskosten werden beim Volkswagen geringer sein als bei den übrigen Wagen ähnlicher Größe, so daß dem Personenwagen tatsächlich eine große Anzahl neuer Abnehmer erschlossen worden sind. Jedoch ist die Frage noch nicht endgültig entschieden, inwieweit der Kraftfahrzeughandel beim Volkswagenabsatz und bei der späteren Betreuung dieser Wagen herangezogen werden wird, ob also die Käufer des Volkswagens Kunden des selbständigen Handels sein werden. Infolge des Krieges hat dieses Problem vorläufig jede Aktualität verloren; aber es hat den Anschein, als ob die Volkswagenkäufer jedenfalls bei der Anschaffung als Kunden des Kraftfahrzeughandels ausfallen.

Als Kunde des Lastwagen- und Zugmaschinenhandels kommt naturgemäß fast ausschließlich die gewerbliche Wirtschaft in Frage. Hier ist durch das Angebot außerordentlich billiger, z. T. dreirädriger Kleinlastwagen schon lange vor der Lösung des gleichen Problems im Personenwagengeschäft die Anschaffung eines Last- bzw. Lieferwagens selbst kleinsten gewerblichen Betrieben ermöglicht worden; so daß mit einer ähnlichen Ausweitung des Abnehmerkreises wie beim Personenwagen nicht zu rechnen ist.

Hier scheint vielmehr die Sättigungsgrenze annähernd erreicht zu sein. Während das Motorrad und auch der Personenwagen schließlich doch in vielen Fällen ein Luxusgegenstand ist, für den immer neue Interessenten gefunden werden können, ist der Lastwagen ein Produktionsmittel, dessen Absatz weniger durch die finanziellen Möglichkeiten der Abnehmer als durch den Vergleich von Kosten und Nutzen bestimmt wird. Als Kunden des Last- und Lieferwagenhandels treten daher nahezu alle Gewerbezweige auf, die einen, wenn auch nur kleinen, aber regelmäßigen Gütertransport zu bewerkstelligen haben. Nur noch in wenigen Branchen ist der hauptsächliche Konkurrent des Lastwagens, das Pferdefuhrwerk, zu finden, wie z. B. bei zahlreichen Brauereien, hier jedoch vielleicht aus Repräsentationsgründen und nicht zuletzt um ihre Abfallprodukte als Futteranfall verwerten zu können. Auf dem Lande ist das Pferd jedoch dem Kraftfahrzeug in bezug auf die Unterhaltungskosten in vielen Fällen immer noch überlegen. Jedoch ist auch hier das Kraftfahrzeug, insbesondere die Zugmaschine, deren Betriebskosten sehr gering sind, in stetem Vordringen, so daß heute bereits die überwiegennde Mehrzahl der großen, aber auch schon zahlreiche mittlere landwirtschaftliche Betriebe, Kunden des Kraftfahrzeughandels sind. Als Abnehmer motorisierter, landwirtschaftlicher Maschinen, bei denen es zweifelhaft ist, ob man sie noch zu den Kraftfahrzeugen rechnen soll, kommen vorläufig hauptsächlich die Güter und größeren Bauernhöfe in Frage. Kleineren landwirtschaftlichen Betrieben ist ihre Anschaffung im allgemeinen nur dann möglich, wenn sich mehrere in genossenschaftlicher Form zusammenschließen.

Auch bei den eigentlichen Kraftfahrzeugen hat der Zusammenschluß der Verbraucher bisweilen eine Rolle gespielt, sein Ziel lag jedoch nicht in der gemeinschaftlichen Anschaffung eines Fahrzeugs für mehrere Benutzer, sondern im unmittelbaren Einkauf der Kraftfahrzeuge und vor allem des Zubehörs, der Ersatzteile und des Betriebsstoffes beim Erzeuger; also in der Ausschaltung des Handels. Der bereits erwähnten, 1909 gegründeten Auto-Material-Verband G. m. b. H. sind im Laufe der Jahre zahlreiche ähnliche Gründungen gefolgt, ohne daß eine von ihnen im Kampf mit dem Handel einen größeren Erfolg erzielt hätte. Vielfach haben es auch die großen Automobilklubs als ihre wesentliche Aufgabe angesehen,

ihren Mitgliedern die Gewährung von Rabatten beim Bezug von Betriebsstoff und von Ersatzteilen und Zubehör zu sichern. Während einzelne dieser Organisationen, z. B. die 1931 und 1932 gegründeten Zwecksparkassen zur Finanzierung der Kraftfahrzeuganschaffung und -haltung, nicht nur dem Handel Abbruch taten, sondern auch für die Kundschaft geradezu kaufkraftzerstörend wirkten, konnten andere Verbraucherorganisationen in gewissem Umfang der Werbung des Kraftfahrzeughandels zugänglich gemacht werden. Heute sind die Organisationen der Kraftfahrzeughalter auf die Beratung ihrer Mitglieder und die Förderung ihrer sportlichen und gesellschaftlichen Ziele beschränkt, so daß sie von einem Gegner zum Mitarbeiter des Kraftfahrzeughandels geworden sind.

Neben die privaten Kraftfahrzeughalter treten die Behörden und die öffentliche Hand. Sie waren jedoch in der Regel in früheren Zeiten keine Kunden des Kraftfahrzeughandels, da sie ihren Bedarf im allgemeinen durch unmittelbaren Bezug vom Erzeuger gedeckt haben. In den letzten Jahren ist, den nationalsozialistischen Wirtschaftsgrundsätzen entsprechend, hierin eine Änderung eingetreten, und der Handel ist, wenn auch bisher nur in geringem Umfange, bei der Versorgung der Behörden und der öffentlichen Hand im allgemeinen in allmählich zunehmendem Maße herangezogen worden.

Jedoch hat auch das Direktgeschäft mit öffentlichen Verbrauchern einen mittelbaren Einfluß auf den Kundenkreis des Kraftfahrzeughandels gehabt. Da in den letzten Jahren die Kraftfahrzeugindustrie die Grenze ihrer Produktionskapazität erreicht hatte, und andererseits die Nachfrage das Angebot bei weitem überstieg, bedeutete jeder öffentliche Kraftfahrzeugverkauf eine Verringerung des Angebots an die privaten Abnehmer und hatte daher eine entsprechende Absatzminderung beim Kraftfahrzeughandel zur Folge. Da hierdurch nicht nur das Inlands-, sondern auch das Exportgeschäft betroffen wurde, hat es sich als notwendig erwiesen, besondere Richtlinien über die Handhabung des Behördengeschäftes zu erlassen.

Auszug aus einer Tabelle über:

Die Käufer der im Jahre 1938 neu zugelassenen Kraftfahrzeuge nach Wirtschafts- und Berufsgruppen*).[1]

	Personen-wagen	Kraft-Omni-busse	Liefer- u. Last-Kraftwag.	Kraft-räder	Zug-masehin.	Kraft-fnhrzeuge insgesamt
Reichsgruppe Industrie	34 729	74	13 589	5 205	1 734	55 331
Reichsgr. Handwerk	25 416	8	7 752	21 108	311	54 595
Reichsgruppe Handel	56 818	43	19 853	14 918	1 288	92 920
Reichsgruppe Banken und Versicherungen	1 276	1	72	243	180	1 772
Reichsgruppe Energie-wirtschaft	940	37	445	386	16	1 824
Organisation d. gewerb-lichen Verkehrs	8 112	1 819	14 362	1 111	1 967	27 371
Land-, Forst- u. Fisch-wirtschaft, Molkerei-betriebe	15 076	—	2 776	25 272	14 983	58 107
Kultur-, Gesundheits-, Rechtswesen und Technik	16 967	14	252	3 423	45	20 701
Kirchen und kirchl. Einrichtungen und kirchl. Beamte	839	—	39	1 606	17	2 501
Behörden, Partei und Beamte	21 888	240	3 949	21 307	257	47 641
Angestellte	30 200	—	23	32 916	—	63 139
Arbeiter	2 807	—	23	130 703	—	133 533
Berufslose	7 870	—	—	10 153	—	18 023

*) Ab Juli 1938 einschließlich Österreich.

1. In Tatsachen: S. 32/33.

II. Die Entwicklung des Kraftfahrzeughandels.

1. Die Entstehung des Kraftfahrzeughandels und sein allmähliches Wachsen bis zum Weltkrieg.

Obgleich die ersten Automobile schon in den achtziger Jahren des vorigen Jahrhunderts hergestellt worden sind, hat sich ein eigentlicher Kraftfahrzeughandel erst nach der Jahrhundertwende entwickelt. Zunächst produzierte die Automobilindustrie nur auf Bestellung, d. h. sie betrieb reine Kundenproduktion und nahm dabei in großem Umfange Rücksicht auf die besonderen Wünsche des Bestellers, so daß fast jedes Fahrzeug sein eigenes Gepräge hatte. Allmählich konnte das Mißtrauen gegen die neuen Automobile ein wenig beseitigt werden, und Mitte der neunziger Jahre hatte die Nachfrage schließlich einen genügend großen Umfang erreicht, daß die Erzeugung für den Markt begonnen werden konnte.

Ein Automobil konnten sich aber nur die ganz begüterten Kreise leisten, und es wurde im wesentlichen für sportliche Zwecke verwendet. Auf jeden Fall war es ein reiner Luxusgegenstand. Während in den ersten Jahren nach 1900 viel interessierte Käufer, aber wenig Automobile vorhanden waren, traten schon im Jahre 1906/07 Absatzschwierigkeiten ein.

Zuerst übernahm die Automobilindustrie selbst den Verkauf ihrer Erzeugnisse. Mit Hilfe von Agenten versuchten die Automobilfirmen, ihren Absatz auszuweiten, und aus diesen Agenten, die zunächst unselbständig waren und den Interessenten lediglich die Eigenschaften des Fahrzeugs und seine Bedienungsweise erläutern sollten, entwickelten sich dann bald die Automobilhändler. Während einige Firmen eigene Verkaufsfilialen einrichteten und den Verkauf von ihren Angestellten ausführen ließen, überließen andere frühzeitig den Absatz ihrer Erzeugnisse selbständigen Händlern.

Der Handel mit Kraftfahrzeugen unterschied sich von Anfang an von den meisten anderen Handelszweigen dadurch, daß er sich

nicht nur mit dem Verkauf der Fahrzeuge, sondern auch mit ihrer weiteren Betreuung und Instandhaltung befaßte und größtenteils daneben auch für die Ausbildung des Fahrers sorgte. Bei ihm war von jeher die kaufmännische Tätigkeit des Händlers eng verbunden mit einer technischen Beratung und oft auch mit der Ausführung technischer Arbeiten. Im Jahre 1909 wurde zwecks Ausschaltung des Kraftfahrzeughandels unter der Führung rheinischer Industrieller eine Einkaufsgenossenschaft gegründet, die Auto-Material-Verband-G.m.b.H. Ihre Aufgabe war der gemeinschaftliche, unmittelbare Bezug von Fahrzeugen, Zubehör und dergl. beim Erzeuger, und die Beteiligten hofften, auf diese Weise die Kraftfahrzeugbeschaffung und -haltung zu verbilligen. Um gegen diese Gesellschaft erfolgreich vorgehen zu können, schlossen sich die Kraftfahrzeughändler im selben Jahr zum deutschen Automobilhändlerverband zusammen. Diesem gelang es in kurzer Zeit, bei der Kraftfahrzeugindustrie durchzusetzen, daß diese eine weitere Belieferung des Auto-Material-Verbandes ablehnte. Hierdurch wurde der Einkaufsgenossenschaft die Existenzgrundlage entzogen, und der Kraftfahrzeughandel ging aus diesem ersten großen Kampf nicht nur als Sieger, sondern als geschlossene Einheit hervor, die stark und fest genug war, um auch den Stürmen der kommenden Jahre und Jahrzehnte standzuhalten.

Während die Aufgabe des Händlerverbandes zunächst nur in der Abwehr einer augenblicklichen Gefahr bestanden hatte, erweiterte der Verband in kurzer Zeit seinen Tätigkeitsbereich. Er nahm die Vertretung der gesamten Interessen des Kraftfahrzeughandels in seine Hand, nicht nur wiederholten genossenschaftlichen Experimenten, sondern auch den vorläufig noch sehr kraftfahrzeugfeindlich eingestellten Behörden, und vor allem auch der Automobilindustrie selbst gegenüber, mit der er in der Folgezeit schwere Kämpfe auszutragen hatte.[1] Der Verband hatte im Berichtsjahr 1912/13 512 Mitglieder.[2]

Die Automobilhändler mußten sich den Herstellern von Fahrzeugen gegenüber verpflichten, für Fahrzeuge des gleichen Typs

1. Vgl. hierzu Otto Meibes: Die deutsche Automobilindustrie, 1928, S. 29 ff.

2. Vgl. Geschäftsbericht des deutschen Automobilhändlerverbandes 1912/13, S. 16.

und der gleichen Firma den gleichen Verkaufspreis anzusetzen. Dennoch hat es lange gedauert, bis die Verpflichtung wirklich eingehalten wurde, was heute bei allen Markenartikeln als selbstverständlich angesehen wird. Jahrzehntelang stand der einheitliche Listenpreis nur auf dem Papier, und ungeachtet der Preisfestsetzungen der Industrie betrachteten es die Automobilhändler als ihr gutes Recht, ihre Gewinnspanne selbständig festzusetzen, um dann gegebenenfalls durch Preisnachlaß ein Geschäft zu Stande zu bringen, das ihnen sonst entgangen wäre. Um wenigstens dem Worte nach ihrer Verpflichtung zum Verkauf zu festen Preisen nachzukommen, wurde der vorgeschriebene Preis dem Kaufvertrage zugrunde gelegt und seine Herabsetzung durch die Gewährung von Rabatten oder durch anderweitige Vorteile, die dem Kunden verschafft wurden, und die praktisch einen Preisnachlaß darstellten, bewerkstelligt. Tatsächlich war es so, daß jeder Käufer seinen eigenen Preis erhielt.

In der Regel verkaufte jeder Kraftfahrzeughändler nur Fahrzeuge einer einzigen Firma. Der Grund hierfür lag nicht nur darin, daß sich die Händler ursprünglich aus Agenten einzelner Firmen entwickelt hatten; hierfür sprach vielmehr vor allem die Tatsache, daß der Händler fast immer auch eine Reparaturwerkstätte und ein Ersatzteillager unterhielt und jedes Fabrikat andere Ersatzteillager und Spezialwerkzeuge erforderte. Manche Firmen machten es auch zur Voraussetzung der Belieferung eines Händlers, daß dieser nur Fahrzeuge ihres Fabrikats führte. Der gleichzeitige Handel mit mehreren Fabrikaten wurde damals, wie auch heute, nur von einem verhältnismäßig geringen Teil der Händler betrieben. Eine Ausnahme macht heute der reine Gebrauchtwagenhandel, obwohl auch da eine Spezialisierung zu erkennen ist.

Die schnelle Zunahme des Kraftfahrzeugbestandes, — er betrug am 1. Januar 1907 rd. 27 000 Fahrzeuge, am 1. 1. 1914 rd. 93 000[1] — war nicht nur ein Erfolg der technischen Vervollkommnungen im Kraftfahrzeugbau, sondern auch des Automobilhandels. Denn durch dessen Aufspüren neuer und immer umfangreicher werdender Kreise von Automobilkäufern erreichte erst der Absatz solche Ausmaße, die eine Produktion von Kraftfahrzeugen in größerem Umfange möglich machte. Hier setzten die Anfänge der Massenerzeugung ein, die wiederum die Produktionskosten verringerten und dadurch dazu bei-

1. Vgl. Otto Meibes: Die deutsche Automobilindustrie, S. 18.

trugen, den Absatz noch weiter auszudehnen. So unterstützten sich Kraftfahrzeugindustrie und Kraftfahrzeughandel wechselseitig darin, den Kraftfahrzeugen immer mehr Anhänger zu gewinnen.

Während anfangs die Sorge des Kraftfahrzeughandels darin bestand, für die von den Automobilfirmen hergestellten Kraftfahrzeuge Käufer aufzufinden, hatte sich die Lage in den letzten Jahren vor dem Weltkrieg derartig gewandelt, daß das Problem nunmehr in der Herbeischaffung einer genügend großen Menge von Fahrzeugen lag, um die vorhandene Nachfrage befriedigen zu können. Die Verkaufspreise brauchten daher nicht im gleichen Maße wie die Herstellungskosten gesenkt zu werden, und die Gewinne waren infolgedessen sowohl für die Kraftfahrzeugindustrie, als auch für den Kraftfahrzeughandel beträchtlich.

2. Das Schwinden der Betätigungsmöglichkeit für den Kraftfahrzeughandel während des Weltkriegs.

Schon in den ersten Monaten des Weltkriegs fand die außerordentlich günstige Lage des Kraftfahrzeughandels ein schnelles Ende. Während die Kraftfahrzeugindustrie im Kriege einen gewaltigen Aufschwung erlebte, ging der Automobilhandel, infolge der immer umfassender werdenden Eingriffe der Militär- und Staatsgewalt, stark zurück.

Der Grund für die zahlreichen obrigkeitlichen Regelungen lag in der Notwendigkeit, bei äußerst knappen Rohstoffen und Betriebsmitteln einen riesigen und immer mehr wachsenden Heeresbedarf zu decken. Um die Versorgung mit Betriebsstoff nach Möglichkeit sicherzustellen, wurde gleich am Anfang des Krieges die Verwendung von Kraftfahrzeugen zu Privatfahrten verboten. Dadurch wurde ohne weiteres auch der Handel mit Privatfahrzeugen, der den Hauptgegenstand des Kraftfahrzeughandels bildete, vollständig lahmgelegt. Ebenso ruhte das, mit dem Fahrzeughandel in der Regel verbundene Reparatur- und Ersatzteilgeschäft für Privatwagen völlig, so daß die Lage des Kraftfahrzeughandels schon 1915 als nahezu unerträglich bezeichnet wurde.[1]

1. Vgl. Geschäftsbericht des deutschen Automobilhändlerverbandes 1915, S. 3.

Um einen Ausgleich zu bieten, erbot sich das Kriegsministerium, den Händlern, die eigene Reparaturwerkstätten besaßen, Reparaturarbeiten an Heereskraftwagen zu übertragen. Wenn auch hierdurch die Schwierigkeiten, mit denen der Kraftfahrzeughandel zu kämpfen hatte, etwas gemildert wurden, so war die Verteilung derartiger Instandsetzungsarbeiten zunächst sehr unbefriedigend. Bei zahlreichen Händlern reichten die von der Militärverwaltung bewilligten Stundenlöhne bei der nur gelegentlichen Beschäftigung zur Deckung der fortlaufend hohen Geschäftsunkosten nicht aus. Die Darstellung dieses Sachverhalts bei den Militärbehörden hatte zunächst keineswegs die Wirkung, die finanzielle Lage der betroffenen Händler zu bessern. Die Militärverwaltung erklärte vielmehr, daß es ihr ganz fern läge, jemanden zu schädigen; und da einige Händler die ihnen übertragenen Reparaturarbeiten angeblich nur mit Verlusten ausführen könnten, würde sie künftig diesen Reparaturanstalten keine Aufträge mehr geben. Erst wiederholte Eingaben des Verbandes der deutschen Automobilhändler bewirkten, daß die Verteilung einigermaßen gleichmäßig erfolgte.[1] Jedoch reichten diese gelegentlichen Beschäftigungen bei weitem nicht aus, um die Verluste, die die Kraftfahrzeughändler durch den vollständigen Ausfall ihres eigentlichen Geschäfts erlitten, auszugleichen.

Bei der Lieferung der Heereskraftfahrzeuge war der Handel völlig ausgeschaltet, da das Verkaufsgeschäft unmittelbar zwischen den Herstellerfirmen und der Militärbehörde abgeschlossen wurde. Dagegen hätte die Möglichkeit bestanden, die Kraftfahrzeughändler bei dem allmählich einsetzenden Verkauf der für militärische Zwecke nicht mehr geeigneten Heeresfahrzeuge heranzuziehen. Zur Verwertung dieser Kraftwagen wurde die „Feld-Kraftwagen AG" gegründet, die die Veräußerung und gegebenenfalls Verschrottung der nicht mehr verwendeten Militärfahrzeuge übernahm.

Trotz großer Anstrengungen des Automobilhändlerverbandes gelang es jedoch nicht, die Händler in dieses Geschäft einzuschalten. Da die geringe Anzahl, der während des Krieges unbrauchbar gewordenen, Wagen durch die sog. „Feldag" auch ohne Händler gut abgesetzt werden konnte, sah dieses Unternehmen keine Veranlassung, die Händler heranzuziehen und die eigenen Einnahmen

1. Vgl. hierzu den Geschäftsbericht des dt. Automobilhändlerverbandes 1915, S. 7.

durch die Gewährung von Händlerprovisionen zu verringern. Auch mehrmalige Vorstellungen bei den in Frage kommenden Behörden, in denen die besondere Notlage der Automobilhändler und die drohende Vernichtung zahlreicher Existenzen geschildert wurde, konnte die Stellungnahme der Militärverwaltung in keiner Weise ändern. Da andererseits die Händler auf einen Verdienst angewiesen waren, aber von der „Feldag" keine Provisionen oder Vorzugspreise zugebilligt bekamen, war ihre Beteiligung am Vertrieb der ehemaligen Militärfahrzeuge nicht möglich.

Dagegen nahm die Beschäftigung der Reparaturanstalten durch die Militärverwaltung mit dem Fortgang des Krieges dauernd zu. Obgleich die nach festgesetzten Tarifen an die Reparaturwerkstätten gezahlten Preise in vielen Fällen nicht zur Deckung der gesamten Unkosten ausreichten, gelang es doch einer Anzahl von Firmen, sich, wenn auch unter großen Verlusten, über Wasser zu halten. Zahlreiche Handelsbetriebe, insbesondere die kleineren und die ohne angegliederte Reparaturwerkstatt, haben jedoch den Krieg nicht überstanden.

3. Die wechselvolle Geschäftslage im Kraftfahrzeughandel während der Inflation.

Nach Beendigung des Krieges erwachte der bis dahin scheintote Kraftfahrzeughandel zu neuem Leben. Seine Entwicklung war jedoch alles andere als ein allmählich fortschreitender Gesundungsprozeß. Die ersten Jahre nach dem Kriege stellten sich, — wie sich der Geschäftsbericht 1919/20 des deutschen Automobilhändlerverbandes (S. 6) ausdrückt — als ein Zeitabschnitt dar, der aus einer verworrenen Vergangenheit auf unsicheren Wegen in eine ungewisse Zukunft überzuleiten trachtete.

Die während des Krieges aufgestaute Nachfrage nach Kraftwagen, Zubehör und Bereifung stand nach dem Friedensschluß einem außerordentlich geringen Angebot neuer Fahrzeuge und einem gewaltigen Bestand gebrauchter Militärfahrzeuge gegenüber. Um eine Überschwemmung des Marktes mit den ehemaligen Heereswagen zu vermeiden, wurde der allmähliche Verkauf dieser Fahrzeuge zunächst einem sog. Reichsverwertungsamt übertragen, das im Frühjahr 1920 aufgelöst und in die „Reichstreuhandgesellschaft"

übergeführt wurde. Die Verwertung der Kraftwagenbestände erfolgte im wesentlichen im Wege der Versteigerung. Hierbei wurden Händler und Private vollkommen gleichmäßig behandelt. Dennoch bestand für die Händler durchaus die Möglichkeit, sich in den Verkauf dieser Fahrzeuge einzuschalten, da einerseits zum Kauf gebrauchter Wagen große Sachkenntnis gehört und andererseits der dauernde Preisanstieg ein Aufkaufen der Heereswagen, zwecks späterer Veräußerung, unter Umständen ein einträgliches Geschäft darstellte.

Die Lage des Kraftfahrzeughandels wurde in diesem Zeitabschnitt wesentlich durch die Preissteigerungen und die Valutaschwankungen beeinflußt. Das an sich schon geringe Angebot an neuen Fahrzeugen wurde in wesentlichem Umfange noch dadurch verringert, daß die Industrie den Tiefstand der Markvaluta zu direkten Exportgeschäften ausnutzte, da hierbei die Gewinne zeitweise die im Inlandsgeschäft zu erzielenden weit übertrafen. Hierdurch wurde die Belieferung des Handels immer spärlicher, was seinerseits weitere Preissteigerungen im Inland zur Folge hatte. Besserte sich dann wieder der Markkurs etwas, und sanken infolgedessen die Gewinne im Exportgeschäft, während die Gewinne beim Inlandsverkauf zugleich infolge der Preiserhöhungen größer wurden, so stieg das Angebot von Kraftwagen im Inland erheblich an und drückte hier die Preise herab. Dies veranlaßte jedoch die Kraftfahrzeugabnehmer keineswegs zu vermehrten Käufen: sie übten vielmehr in der Hoffnung auf den lang erwarteten und nun anscheinend eingetretenen Preisabbau nur noch eine gesteigerte Zurückhaltung. Andererseits führte die bei steigenden Exporten zunehmende Warenleere auf dem Inlandsmarkt mit stark anziehenden Preisen nur zu einer verstärkten Nachfrage der inländischen Verbraucher und Spekulanten aus Furcht vor weiteren Preissteigerungen.[1]

Der Kraftfahrzeughandel war unter diesen ungewöhnlichen und der sonst als feststehend anerkannten wirtschaftlichen Logik widersprechenden Verhältnissen in jedem Falle im Nachteil. Blühte das Exportgeschäft, so wurde es im wesentlichen (zu rd. 80%)[2] ohne die Händler ausgeführt, während diese,

1. Vgl. hierzu Geschäftsbericht des deutschen Automobilhändlerverbandes 1920/21, S. 4.

2. Vgl. Geschäftsbericht 1919/20, S. 25.

die zugleich im Inland vorhandene Konjunktur infolge der unzureichenden Belieferung seitens der Industrie nicht ausnutzen konnten. War jedoch das Exportgeschäft gering, und folglich die Inlandsversorgung reichlich, so verringerten sich infolge der Preissenkungen die Gewinne, während andererseits der Absatz in der Hoffnung auf ein weiteres Sinken der Preise abnahm.

Weiterhin trugen der nur allmähliche Abbau der Beschränkungen des Automobilverkehrs und die Benzinzwangswirtschaft, die infolge der Benzineinfuhrbeschränkung zeitweise eine erhebliche Betriebsstoffknappheit zur Folge hatte, zu einer Erschwerung des Kraftwagenabsatzes bei. Die außerordentlich schleppende und teilweise auch willkürliche Behandlung der Zulassungsgesuche machte sich besonders störend bemerkbar. In der gleichen Richtung wirkte auch die Luxussteuer, die nach dem Kriege für Personenwagen in Höhe von 15 % des Kaufpreises erhoben wurde. Eine Erhöhung der Reichsstempelabgabe für Personenwagen trat hinzu und stellte eine dauernde Mehrbelastung der Kraftfahrzeughaltung dar.

Während die Einfuhr von Kraftfahrzeugen, infolge der Verhängung einer Einfuhrsperre sehr gering war, war die Ausfuhr, wie schon erwähnt wurde, zumindest zeitweilig sehr erheblich. Einer Einfuhr von 397 Fahrzeugen im Jahre 1920 stand eine Ausfuhr von 21 075 Fahrzeugen gegenüber.[1] Eine außerordentliche Erschwerung erfuhr der Exporthandel durch die Ausfuhrkontrolle, deren Aufgabe in der Verhinderung zu niedriger Preise lag und deren Tätigkeit zu großen Verzögerungen und oft auch zu Unbilligkeiten beim Exportgeschäft führte.

Gelegentlich machten sich auch im Kraftfahrzeughandel sogenannte Sozialisierungstendenzen bemerkbar. So versuchte z. B. die bayerische Postverwaltung, den Vertrieb von Automobilzubehör, Betriebsstoffen, die Vermittlung von Wagenkäufen usw. zu organisieren. Die Reichspostverwaltung hat die Durchführung dieses Vorhabens jedoch verhindert. Außerdem wurde eine ganze Anzahl von Einkaufsgenossenschaften für Kraftwagenbesitzer gegründet mit dem Ziel, den Kraftfahrzeughandel auszuschalten. Infolge des Zusammenhalts zwischen den Vereinigungen der in Frage kommenden Industriezweige und denjenigen der Kraftfahrzeughändler gelang es

1. Vgl. Geschäftsbericht 1920/21, S. 25.

jedoch, diesen Genossenschaften bald wieder ein Ende zu bereiten, indem die Industrie eine Belieferung der Genossenschaften ablehnte.

Als es sich im weiteren Verlauf der Inflation herausstellte, daß der erwartete Preisabbau nicht eintrat, sondern die Preise im Gegenteil immer schneller stiegen und kein Ende dieser Entwicklung abzusehen war, begann die bekannte „Flucht in die Sachwerte". Hierdurch wurde die inländische Nachfrage nach Kraftfahrzeugen außerordentlich vergrößert, und es wurden hohe Preise für Kraftwagen erzielt. Der zunehmende Stand an Automobilen brachte ein gutes Garagengeschäft und reichliche Beschäftigung der Reparaturwerkstätten mit sich, so daß die Lage des Kraftfahrzeughandels gegen Ende der Inflation ungewöhnlich günstig war.

4. Die, infolge der Stabilisierung eintretende und bis 1926 anhaltende, Depression im Kraftfahrzeughandel.

Mit der Rentenmarkverordnung vom 13. Oktober 1923 fand die Inflation ihr Ende, und mit ihr jene Wirtschaftsepoche, die durch eine zwar unbeständige, aber scheinbar im allgemeinen gute Geschäftslage gekennzeichnet war, während in Wahrheit der größte Teil der vermeintlichen Gewinne einen Kapitalverzehr darstellten. In den ersten Monaten nach der Stabilisierung kam allerdings diese Tatsache noch kaum zur Geltung, weil sie vorläufig durch die, von der Reichsbank in freigebiger Weise gewährten, Rentenmarkkredite verdeckt wurde.

Die veränderte Sachlage machte sich für den Kraftfahrzeughandel, außer in einer verhältnismäßigen Beständigkeit der Preise, zunächst im wesentlichen nur durch den Verlust der, in der Währungsentwicklung begründeten, Exportvorteile bemerkbar. Da der Händler dem Lieferanten bei Ausfuhrgeschäften den gleichen Preis wie beim Inlandsabsatz zu zahlen hatte, war er nach der Stabilisierung im Ausland nicht mehr konkurrenzfähig. Die geringe Ausfuhr, die dennoch ermöglicht wurde, ging fast ausschließlich durch den Werkshandel, der sich in diesen Fällen mit erheblich geringeren als den im Inland geforderten Preisen begnügte.

Der Inlandsabsatz war bis zum Frühjahr 1924 gut, und eine fortschreitende Aufwärtsentwicklung schien sich anzukündigen. Als jedoch die Reichsbank am 7. April 1924 zu den damals stark angefeindeten, aber zur Sicherung der Währungsstabilität unerläßlichen Kreditrestriktionen schritt, brach dieser scheinbare Beginn einer guten Konjunktur mit einem Schlage ab. Der Absatz von Kraftfahrzeugen hörte im Mai fast völlig auf, und ein halbes Jahr lang machten sich keine Anzeichen einer Besserung bemerkbar.

Noch kurz vor der Stabilisierung hatten die Automobilfabrikanten die Preise auf etwa das Doppelte der damaligen Herstellungskosten heraufgesetzt, um sich bei der Ungewißheit über künftige Kostensteigerungen vor Verlusten zu schützen, und bei der starken Nachfrage wurden diese Preise auch ohne weiteres von der Kundschaft gezahlt. Als dann, infolge der Stabilität der Rentenmark, die vermutete Steigerung der Produktionskosten ausblieb, wurden die Preise nur wenig gesenkt und waren daher im Vergleich mit denen anderer Waren unverhältnismäßig hoch. Da diese Preise jedoch, infolge der durch die reichlichen Rentenmarkkredite hervorgerufenen Geld- und Kapitalflüssigkeit, weiterhin gezahlt wurden, überschätzten die meisten Kraftfahrzeughändler ihre künftigen Absatzmöglichkeiten und legten sich teilweise ein ungewöhnlich großes Lager von Fahrzeugen an. Nach Eintritt der Absatzstockung gelang deren Abstoßung trotz erheblicher Preissenkungen nur in geringem Umfang, die erlittenen Verluste waren beträchtlich, und eine ganze Anzahl von Bankerotten und Liquidierungen von Handelsbetrieben waren die Folge.

Im Jahre 1924 hielt das Abzahlungsgeschäft im deutschen Kraftfahrzeughandel seinen Einzug. Angesichts der allgemeinen Krediterschwerungen stellte diese Form des Automobilgeschäfts den Handel vor außerordentliche Schwierigkeiten. Die Reichsbank und mit ihr die meisten übrigen Banken lehnten jede Kreditgewährung zum Zwecke eines Kraftfahrzeugerwerbs ab. Die Industrie auf der anderen Seite gab dem Händler nicht nur keinen Kredit, sondern verlangte im Gegenteil in der Regel erhebliche Vorauszahlungen und Entrichtung des restlichen Kaufpreises vor Lieferung des Fahrzeugs. Selbst das Kapital für die Kreditgewährung an den Kunden aufzubringen, war dem Handel nur in seltenen Fällen möglich, so daß

der Kraftfahrzeugabsatz auch durch das Abzahlungsgeschäft nicht wesentlich vergrößert werden konnte.

Im Oktober zeigte sich eine geringe Besserung der Geschäftslage, die in den nächsten Monaten weiter zunahm und im Sommer 1925 sogar dahin führte, daß die Produktion mit der Steigerung der Nachfrage nicht Schritt halten konnte. Die Kraftfahrzeugindustrie nützte diese für sie günstige Situation aus, indem sie zu Preiserhöhungen schritt. Als jedoch am 30. September 1925 die Einfuhrverbote für ausländische Kraftfahrzeuge trotz des heftigen Widerstandes der Industrie aufgehoben wurden, erforderte die nunmehr auftretende Konkurrenz der billigen ausländischen Wagen wieder eine Herabsetzung der Preise.

Gegen Ende des Jahres brach die Konjunktur mit ungewohnter Schnelligkeit wieder ab und machte einer trostlosen Absatzstockung Platz. Viele Kraftfahrzeughändler hatten monatelang überhaupt keinen Umsatz. Die wieder in den Vordergrund getretene Kapitalknappheit und die ihr folgende Gewinn- und Einkommensminderung zwang viele Wagenbesitzer zum Verkauf ihres Fahrzeugs, so daß neben die nicht absetzbare Erzeugung an neuen Fahrzeugen ein Überangebot an Altwagen trat.

Zu diesen Schwierigkeiten, mit denen der Kraftfahrzeughandel zu kämpfen hatte, kamen die Sozialisierungsversuche, die einer Ausschaltung des privaten Handels dienen sollten. Hierher gehören einmal die Bemühungen des Reiches, der Länder und Gemeinden, durch die Gründung von Kraftverkehrsgesellschaften und durch die Errichtung von Garagen, Tankstellen, Reparaturwerkstätten u. dgl. ihre Einnahmen im Wege einer Zurückdrängung der privaten Wirtschaft zu vergrößern. Der Kraftfahrzeughandel und an seiner Spitze der Kraftfahrzeughändlerverband kämpften mit Energie und Ausdauer hiergegen an und konnten auch eine allmähliche Abkehr der öffentlichen Verwaltung von der privatwirtschaftlichen Betätigung auf diesem Gebiet erreichen. Jedoch gaben diese einander entgegengesetzten Zielsetzungen auch in den folgenden Jahren noch häufig Anlaß zu Beschwerden und Streitigkeiten.

Den anderen Gegner des Kraftfahrzeughandels stellten die sog. Wirtschaftsverbände dar, die in großer Zahl gegründet wurden. Sie waren Konsumgenossenschaften und bezweckten eine Umgehung des Handels durch unmittelbaren Einkauf bei den Erzeugern. Die

verschiedenen Automobilvereine machten Versuche in derselben Richtung und bemühten sich, für ihre Mitglieder bei den Lieferanten Rabatte zu bekommen. Während sich der Kampf des Handels gegen die Bevorzugung der Vereine noch jahrelang hinzog, erübrigten sich gegenüber den Wirtschaftsverbänden besondere Maßnahmen des Kraftfahrzeughandels; denn es ist diesen Genossenschaften niemals gelungen, irgendwelche Bedeutung zu erlangen.

Am 1. April 1926 wurde die Luxussteuer, die eine erhebliche Belastung der Kraftfahrzeughalter darstellte, aufgehoben. Wenn diese Maßnahme auch keine sofortigen Wirkungen auf den Kraftfahrzeugabsatz ausübte, so war sie doch der Anstoß zu der im Laufe des Jahres einsetzenden Besserung der Geschäftslage. Hinzu kam, daß die Lieferfirmen die Preise ganz erheblich herabsetzten, teilweise bis um 50 vH, so daß nun neben der Verbilligung der Kraftfahrzeughaltung auch die Anschaffungskosten beträchtlich niedriger waren als bisher. Außerdem trug die allmähliche Durchsetzung des Abzahlungsgeschäfts im Kraftfahrzeughandel zu einer Belebung bei. Die früher ablehnende Haltung der Reichsbank und der übrigen Banken war einer dem Kreditkauf von Automobilen freundlicher gesinnten Haltung gewichen. Insbesondere die Kreditanstalt für Verkehrsmittel und eine ganze Anzahl weiterer Finanzierungsinstitute stellten Kredite in so reichlichem Maße zur Verfügung, daß das Abzahlungsgeschäft in allen vom Käufer gewünschten Fällen durchgeführt werden konnte. Wahrscheinlich hat das Angebot an Abzahlungskrediten im Jahre 1926 die Nachfrage erheblich überstiegen.

Durch dieses Zusammentreffen mehrerer dem Kraftfahrzeugabsatz günstiger Umstände fand der Kreis der als Käufer in Betracht kommenden Einkommensschichten eine merkliche Ausweitung, und schon Ende 1926 war wieder der Zustand erreicht, daß die Inlandserzeugung an Kraftwagen mit der Zunahme der Nachfrage nicht Schritt halten konnte. Zwar wurde der Kraftfahrzeughandel hierdurch vor neue Probleme und neue Schwierigkeiten gestellt, aber die immer noch als Nachwirkungen des Krieges anzusehenden Absatzstockungen hatten damit für den Kraftfahrzeughandel vorläufig ihr Ende erreicht.

5. Die zunehmende Verbesserung der Absatzverhältnisse im Kraftfahrzeughandel bis 1929.

Infolge der allgemeinen wirtschaftlichen Belebung und der wachsenden Unternehmungslust blieb die seit Ende 1926 günstige Geschäftslage des Kraftfahrzeughandels auch in den drei folgenden Jahren durchaus zufriedenstellend. Zunächst flaute die Kauflust zwar seit dem August 1926 im Zusammenhang mit der steigenden Bankrate und wachsenden Schwierigkeiten in der Landwirtschaft etwas ab. Jedoch machte sich dies im wesentlichen nur bei den teueren Qualitätswagen bemerkbar, während der Absatz billiger Gebrauchsfahrzeuge hierdurch kaum betroffen wurde.

Überhaupt trat der kleine und mittlere Wagen immer mehr in den Vordergrund, was ein Zeichen dafür ist, daß das Kraftfahrzeug mehr und mehr aufhörte, ein bloßer Sport- und Luxusgegenstand zu sein. In verschiedenen Berufskreisen, insbesondere im Handel, setzte sich allmählich die Erkenntnis durch, daß das Kraftfahrzeug in vielen Fällen eine außerordentliche Leistungssteigerung ermöglicht, beispielsweise im Berufsreiseverkehr des Geschäftsreisenden. Angesichts dieser Erfolge hielt es der Automobilhändlerverband für angebracht, vor einer Überschätzung der in Deutschland gegebenen Möglichkeiten des Kraftfahrzeugabsatzes und einer Hoffnung auf amerikanische Verhältnisse zu warnen. Denn die Unterhaltung eines Wagens kostete damals bei uns zwei- bis dreimal so viel wie in Amerika, während andererseits der Einkommensdurchschnitt bei außerdem geringeren steuerlichen Belastungen dort dreieinhalbmal so hoch war wie in Deutschland.

Die dennoch erheblichen Absatzmöglichkeiten in Deutschland scheinen von der amerikanischen Kraftfahrzeugindustrie klarer und früher erkannt worden zu sein als von der deutschen. Auf dem Weltmarkt hat der Absatz von Kraftfahrzeugen in den Jahren nach 1926 keine Steigerung mehr, sondern sogar einen Rückgang zu verzeichnen. Bei der aus diesem Grunde nach neuen Absatzgebieten suchenden amerikanischen Automobilindustrie fand der deutsche Markt daher großes Interesse, und nach eingehender und für Deutschland geradezu vorbildlicher Erkundung und Untersuchung der Absatzverhältnisse setzte eine planmäßige, auf die Eroberung des deutschen Marktes hinzielende Arbeit ein. Es begann nicht nur ein Kampf

um den Verbraucher, sondern auch um den Händler. Die Amerikaner kämpften hierbei mit wesentlich wirksameren Waffen als die deutsche Industrie, die infolge ihrer langen Lieferungsfristen, der geringen Nutzenspanne, die sie dem Handel gewährte und nicht zuletzt wegen der Konkurrenz des Werk- und Filialhandels dem Händler wesentlich schlechtere Bedingungen bot.

Der Anteil der ausländischen Marken am deutschen Kraftfahrzeugabsatz wurde für 1927 auf 20 vH geschätzt,[1] in den beiden folgenden Jahren ist er vermutlich noch etwas größer gewesen. Die vorhandenen Außenhandelszahlen geben den Sachverhalt nur ungefähr an, denn sie berücksichtigen nicht die Ein- und Ausfuhr von Fahrzeugteilen, die erst im Bestimmungsland zusammengesetzt werden. Immerhin läßt sich aus diesen Angaben ersehen, daß die deutsche Ausfuhr an Personenwagen erheblich geringer war als die Einfuhr; sie lag wertmäßig zwischen einem Drittel und einem Viertel des Imports. Bei Krafträdern betrug die Ausfuhr etwa die Hälfte der Einfuhr; bei Lastwagen dagegen war der Export ganz erheblich höher als der Import und betrug im Durchschnitt etwa das Fünfzehnfache. An der Ausfuhr war der Kraftfahrzeughandel nur wenig beteiligt; sie wurde wie bisher beinahe ausschließlich durch die Industrie vorgenommen.

Die Auslandskonkurrenz hatte einen allmählich fortschreitenden Preisabbau im Kraftfahrzeuggeschäft zur Folge, der sich zwar vorteilhaft auf die Absatzsteigerung auswirkte, dem Handel aber schwere Sorgen bereitete. Denn die Preisermäßigungen der Industrie hatten eine Entwertung der Lagerbestände des Handels zur Folge. Die meisten Fabriken hatten zwar in ihren Vertragsbedingungen dem Händler die Verpflichtung auferlegt, den vorgeschriebenen Katalogpreis nicht zu unterbieten. Insbesondere die eigenen Verkaufsfilialen der Automobilfabriken versuchten aber durch Preisnachlässe die Kundschaft an sich zu ziehen, in der Vorstellung, daß sie als ein Teilbetrieb der Herstellerfirmen auf die Erzielung eines Handelsgewinnes nicht angewiesen seien, sondern sich mit einer Vergütung der reinen Produktionskosten begnügen könnten. Im Kampf um die Kundschaft sahen sich die Händler genötigt, diesem

1. Vgl. Geschäftsbericht 1927 des DAHV, S. 4.

Beispiel zu folgen trotz ihrer Erkenntnis, daß ein Fortschreiten auf diesem Wege ihren Ruin bedeuten mußte. Infolge dieses Mißstandes befand sich der Kraftfahrzeughandel auch am Ende der drei Jahre eines verhältnismäßig günstigen Absatzes keineswegs in einer befriedigenden Lage.

Die Finanzierung der Abzahlungskäufe im Kraftfahrzeuggeschäft, die Ende 1926 reibungslos vonstatten ging, stieß, infolge der angespannten Lage des Geldmarktes, auf große Schwierigkeiten. Langfristige Kredite waren auch gegen hypothekarische oder sonstige Sicherungen nur äußerst selten zu bekommen, und die erreichbaren kurzfristigen Kredite waren unter Hinzurechnung der Spesen und Provisionen so teuer, daß sie für den Kraftfahrzeughandel kaum in Frage kamen. Infolgedessen ging der Anteil der Kreditkäufe am Gesamtumsatz erheblich zurück und erreichte kaum 50 vH.

Das Altwagenproblem trat in dieser Zeit immer mehr in den Vordergrund und bereitete dem Kraftfahrzeughandel, wie in einem besonderen Abschnitt hierüber eingehend erörtert wird[1], außerordentliche Schwierigkeiten. Es beruhte auf der Kluft zwischen dem vom Käufer eines neuen Wagens für den in Zahlung gegebenen Altwagen geforderten Anrechnungswert und dem beim Verkauf des alten Fahrzeugs wirklich erzielbaren Preis. Die Schärfe des Konkurrenzkampfes schien dem Händler die Bewertung der Altwagen zum Verkaufswert unmöglich zu machen, und er sah sich in der Regel genötigt, den Wagen zu einem wesentlich höheren Wert in Zahlung zu nehmen. Die Inzahlungnahme von gebrauchten Fahrzeugen wurde so zu einer Quelle dauernder Verluste für den Händler neuer Wagen.

Um diesem Übel abzuhelfen, wurden vom Automobilhändlerverband, z. T. gemeinsam mit dem Reichsverband der Automobilindustrie, in verschiedenen größeren Städten sog. „Tax- und Treuhandstellen" gegründet, deren Aufgabe in einer sachverständigen Bewertung der, dem Handel zur Inzahlungnahme angebotenen, Fahrzeuge lag. Der Handel, der ihre Errichtung erst lebhaft gefordert hatte, zeigte sich ihnen gegenüber jedoch sehr zurückhaltend und bediente sich ihrer nur in geringem Umfang, so daß die in sie gesetzten Erwartungen enttäuscht wurden.

---

1. Vgl. S. 116 ff. dieser Arbeit.

Um den Reifenhandel, der schon immer ein Sorgenkind des Kraftfahrzeughandels gewesen war, entwickelten sich in diesen Jahren unerträgliche Mißstände. Die händlerfeindlichen Bestrebungen des 1909 gegründeten Auto-Material-Verbandes, die, wie oben dargestellt wurde, der Anlaß zur Gründung des Automobilhändlerverbandes gewesen waren, hatten im Jahre 1910 zum Abschluß eines Vertrages zwischen dem Händlerverband und den führenden Gummireifenfabriken geführt. Dieser Vertrag, der die Preisbildung auf dem Reifenmarkt, die Höhe der Händler- und der sonstigen Rabatte regelte, den Kreis der als Wiederverkäufer anzusehenden Personen bestimmte usw., war mit geringfügigen Änderungen Jahr um Jahr erneuert worden. Die Verhältnisse auf dem Reifenmarkt waren für den Handel von jeher unerfreulich, da die Reifenfabriken sich bemühten, unter Ausschaltung des Handels nach Möglichkeit an die Kundschaft unmittelbar abzusetzen, und waren daher nicht nur der Lieferant, sondern gleichzeitig der Konkurrent des Kraftfahrzeughandels. Um diesem unerquicklichen Zustand endlich einmal ein Ende zu bereiten, bestand der Handel bei den Verhandlungen über die Erneuerung des Reifenvertrages Ende 1927 auf der Forderung, daß die Reifenfabriken sich zur Einstellung des unmittelbaren Verkehrs mit der Kundschaft verpflichten sollten. Da hierüber keine Einigung zu erzielen war, kam kein neuer Reifenvertrag zustande, und es begann auf dem Reifenmarkt ein Kampf aller gegen alle.

Zum Teil räumten die Reifenfabriken den sog. Vorzugs- und Großverbrauchern Rabatte ein, die höher waren als die dem Handel bewilligten, und der Händlerverband forderte daraufhin seine Mitglieder auf, „nur von solchen Gummifabriken (deutschen oder ausländischen) zu kaufen, die dem Fachhandel Rabattsätze gewähren, die über die Vorzugsverbraucherkonditionen hinausgehen".[1] Diese Parole wurde vom Handel mit erstaunlicher Einmütigkeit befolgt, und das Ergebnis war, daß nun ein Konditionenkampf der Fabriken untereinander entstand; eine überbot die andere in der Höhe des Handelsrabattes. Hiervon hatte jedoch auch der Handel keinen Nutzen; denn im Kampf um die Kundschaft nahm die im Reifenhandel seit Jahren eingerissene Unsitte des gegenseitigen Unterbietens durch die Gewährung von immer größer werdenden Nachlässen im Jahre 1928 einen bisher nie ge-

1. zit. in Geschäftsbericht 1928, S. 20.

kannten Umfang an. Die Folge war, daß das Reifengeschäft für den Handel völlig unrentabel wurde und daß schließlich mangels einer Orientierungsmöglichkeit über die Preise — wie sich der Geschäftsbericht 1928 ausdrückte —, „auch der zu rücksichtsloser Preisdrückerei entschlossene Käufer zu guter Letzt nicht sicher war, ob er die Preiszitrone wirklich bis zum allerletzten Tropfen ausgequetscht hatte".[1] Wer sich etwa noch an die Preisvorschriften hielt, geriet in den Verdacht, seine Kundschaft zu übervorteilen.

Diese Zustände erwiesen sich als so unhaltbar, daß schon im April 1928 die Verhandlungen über einen neuen Reifenvertrag aufgenommen wurden. Nach 8 Monaten kam es zu einem neuen Vertrage für das Jahr 1929, in dem die Forderungen des Handels weitgehend Anerkennung gefunden haben. Dieser Vertrag, der in den Kreisen des Handels wie in denen der Industrie die nachdrücklichste Zustimmung gefunden hat, stellte ein sehr wirksames Instrument einer gesunden Marktordnung dar und bedeutete eine wirkliche Lösung des Reifenmarktproblems.

Die Geschäftslage im Kraftfahrzeughandel, die seit Ende 1926 im allgemeinen sehr verheißungsvoll gewesen war, verschlechterte sich merklich gegen Ende des Jahres 1928. Im Frühjahr und Sommer 1929 besserte sie sich zwar wieder, und der Rückschlag im vorangegangenen Winter erwies sich im wesentlichen als ein Zeichen der Saisongebundenheit des Kraftfahrzeugabsatzes. Dennoch erfuhr die Absatzentwicklung 1929 keine Steigerung mehr gegenüber dem Vorjahre, und in den zunehmenden Absatzschwierigkeiten im Herbst und Winter 1929 kündigten sich bereits die ersten Schatten der allmählich einsetzenden Weltwirtschaftskrise an.

6. Das Sinken der Absatzmöglichkeiten und des Händlerbestandes in der Krise von 1930/33.

Der Schrumpfungsprozeß der Wirtschaft, der Ende 1929 begonnen hatte, setzte sich in den folgenden Jahren fort und steigerte sich immer mehr bis 1932. Die Einkommensminderungen und der Produktionsrückgang, die sich in einem circulus vitiosus wechselseitig verstärkten, trafen den Kraftfahrzeughandel härter als die

1. Vgl. Geschäftsbericht 1928, S. 20.

meisten übrigen Handelszweige, da das Kraftfahrzeug für weite Bevölkerungskreise im Grunde doch ein Luxusgegenstand geblieben war und mit den notwendig werdenden Einschränkungen daher häufig beim Kraftfahrzeug begonnen wurde.

Der Umsatzrückgang wurde für 1930 gegenüber dem Vorjahr wertmäßig mit durchschnittlich 25 vH angegeben.[1] Stückmäßig war ein Absinken zunächst noch nicht zu beobachten, wenn man den Absatz an neuen und gebrauchten Fahrzeugen zusammenfaßt; denn es fand eine Verschiebung vom großen zum kleinen und vom neuen zum alten Wagen statt. Der Anteil der Kleinwagen am Absatz stieg gegenüber dem Vorjahr von 53 auf 63 vH;[2] die Zunahme des Altwagenabsatzes läßt sich bis 1931 nicht genau feststellen, da die Zulassungszahlen, mit deren Hilfe der Kraftfahrzeugabsatz ermittelt wird, bei gebrauchten Fahrzeugen auch die Wiederzulassungen derjenigen Wagen und Motorräder enthalten, die vorübergehend stillgelegt worden sind, aber nicht ihren Besitzer gewechselt haben. Immerhin vermittelt die Gegenüberstellung der Zulassungen von 84 000 Neuwagen und 160 000 gebrauchten Fahrzeugen 1930[3] eine ungefähre Vorstellung von der Bedeutung des Altwagenabsatzes. Dieses Übergewicht der Altwagenzulassungen steigerte sich von Jahr zu Jahr; während 1932 rd. 41 000 neue Personenwagen verkauft wurden, wechselten rd. 128 000 gebrauchte Personenwagen den Besitzer.

Vielfach war die Nachfrage nach kleinen, gebrauchten Fahrzeugen noch 1930 größer als das Angebot, dagegen war der Absatz schwerer Altwagen geradezu unmöglich. Diese Tatsache belastete den Automobilhändler in besonders starkem Maße, denn ihm wurden die großen, alten, fast unverkäuflichen Wagen in Zahlung gegeben. Häufig mußte er, um überhaupt Geschäfte abschließen zu können, einen großen Teil seines Kapitals in diesem unproduktiven Lager investieren. Auch bei neuen Wagen waren die mittleren und schweren Klassen viel weniger gefragt als die leichten Fahrzeuge. Zahlreiche Versuche wurden vom Kraftfahrzeughandel unternommen, um deren Absatz zu beleben. So wurden die Preise von den Fabriken

1. Vgl. Geschäftsbericht 1930, S. 4.
2. Vgl. Geschäftsbericht 1930, S. 5.
3. Geschäftsbericht 1930 des Reichsverbandes des Kraftfahrzeughandels und Gewerbes, S. 7.

herabgesetzt und teilweise den Händlern ein Sonderrabatt eingeräumt, der sie zu besonderen Verkaufsanstrengungen veranlassen sollte, sich aber im allgemeinen dahin auswirkte, daß die Händler ihrerseits die Preise noch weiter senkten. Die anfangs hiermit noch erzielten Erfolge blieben aber im weiteren Verlauf der Krise nach 1930 völlig aus.

Auch das Kraftradgeschäft erfuhr nach dem anhaltenden Anstieg der letzten Jahre 1930 zum erstenmal einen bedeutenden Rückschlag. Während sich die Einkommensminderungen zu Beginn der Krise Ende 1929 noch günstig auf den Kraftradabsatz ausgewirkt hatten, da sie breite Käuferschichten vom Kraftwagen zum Motorrad drängte, nahmen die im weiteren Verlauf zunehmende Arbeitslosigkeit und die Lohnkürzungen einem großen Teil der Hauptabnehmerschichten, den Arbeitern und Angestellten, die Möglichkeit, ein Kraftrad zu erwerben.

Die fast stürmische Aufwärtsentwicklung des Kraftradgeschäftes 1928 und insbesondere 1929 hatte nicht nur zahlreiche Personen dem sozusagen legitimen Kraftradhandel zugeführt, sondern hatte auch zur Folge, daß der sog. „Stubenhandel", der gelegentliche Handel oft zweifelhafter Elemente, die über kein Handelsgeschäft und meistens auch nur über geringe Sachkenntnis verfügten, eine außerordentliche Ausdehnung erfuhr. In diesen Kreisen hatte sich ein Nachlaß und Zugabewesen eingebürgert, das in der Absatzkrise Ausmaße erreichte, die schließlich zum Ruin des Kraftradhandels führen mußten; denn aus Wettbewerbsgründen mußten sich auch die soliden Händler diesem Vorgehen anschließen, und der, von der Rabattspanne übrigbleibende, Rest reichte allmählich nicht mehr zur Deckung der zwangsläufig entstehenden Unkosten.

Um diesen Mißständen abzuhelfen, schlossen sich im Sommer 1930 eine große Anzahl von Motorradfabriken zur „Vereinigung der Motorradfabriken" zusammen, und mit dieser Organisation traten der deutsche Automobilhändlerverband und der Verband deutscher Motorradhändler gemeinsam mit dem Reichsverband des Mechanikergewerbes in Verhandlungen. Die schließlich vereinbarte Ordnung des Kraftradmarktes bestand im wesentlichen in der Verpflichtung der Händlerschaft zur Einhaltung der Listenpreise, die durch die Schaffung eines allgemeinen Reverses gesichert wurden, und zur ausschließlichen Belieferung nur solcher Personen und

Firmen führte, die nach den vereinbarten Richtlinien als wirkliche Kraftradhändler anzusehen sind. Zur Kontrolle dieser Maßnahmen wurde der „Überwachungsausschuß der Motorradwirtschaft GmbH" (Ümbamo) gegründet, der paritätisch zusammengesetzt war und ein Gemeinschaftsorgan von Motorradhandel und -Industrie darstellte.

Der Hauptzweck der getroffenen Vereinbarungen, nämlich die Verhinderung ungesunder Preisschleudereien, ist wohl, soweit dies bei den damaligen Zeitverhältnissen überhaupt möglich war, im allgemeinen erreicht worden. Es gelang jedoch vorläufig noch nicht, die dringend erforderliche Beseitigung der Übersetzung des Kraftradhandels und die völlige Ausschaltung des Stubenhandels durchzuführen.

Irgendeinen günstigen Einfluß auf die Absatzmöglichkeiten hatte diese neugeschaffene Marktregelung jedoch nicht, und es konnte von ihr auch nicht gut erwartet werden, da deren bewegende Kräfte im wesentlichen in der allgemeinen wirtschaftlichen Lage, jedenfalls aber außerhalb des Kraftfahrzeughandels, zu suchen waren. Der Absatzrückgang war im Kraftradhandel noch erheblich größer als im Kraftwagengeschäft, was auf die besonders starken Einwirkungen der Wirtschaftskrise auf die für den Erwerb von Krafträdern in Frage kommenden Käuferschichten zurückzuführen ist.

Am günstigsten war die Lage noch im Lastwagengeschäft, bei dem, insbesondere der Absatz der 2- und 3-Tonner, nur einen geringen Rückgang erfuhr. Der Lastwagenhandel drohte jedoch durch das Wachsen des Kraftwagenverkehrs der Reichsbahn, die zeitweilig große Anstrengungen zur Erlangung eines Fernverkehrsmonopols machte, einen großen Teil seines Betätigungsfeldes zu verlieren, und die Krisenjahre waren daher erfüllt von lebhaften Kämpfen zwischen der Reichsbahn und den Kraftfahrzeughändlern.

Die Preisschleuderei, die im Kraftradhandel schließlich verhältnismäßig erfolgreich bekämpft werden konnte, hatte sich im Verlauf der Krise auch im übrigen Kraftfahrzeughandel immer mehr eingebürgert. Insbesondere seit der Bankenkrise im Juli 1931, die einen scharfen Schnitt durch das ganze Verkaufsgeschäft zog und den Absatz nahezu gänzlich ins Stocken brachte, war die Gewährung außerordentlicher Nachlässe an die Kundschaft die Regel. Aber auch diese verzweifelten Bemühungen zahlreicher Händler, noch in

letzter Stunde ihre Existenz durch das Inkaufnehmen selbst größerer Verluste zu retten, konnten in vielen Fällen den Zusammenbruch nicht verhindern.

Anläßlich der Automobilausstellung 1931 wurde ein groß angelegter Versuch unternommen, auch im Kraftwagenhandel zu einer ähnlichen Marktregelung zu kommen, wie sie im Motorradhandel im Vorjahr zustandegebracht worden war. In zahlreichen Verhandlungen mit der Automobilindustrie wurde der wesentliche Inhalt der geplanten Preisschutzvorschriften festgestellt und in einer Broschüre niedergelegt. Während der Ausstellung 1931 wurde dann gemeinsam vom RDA (Reichsverband der Automobilindustrie) und dem Händlerverband die deutsche Automobil-Treuhand GmbH gegründet, die die Durchführung und Überwachung der vorbereiteten Maßnahmen vornehmen sollte. Die in dieses Werk gesetzten Hoffnungen erfüllten sich jedoch nicht. Neu auftauchende Meinungsverschiedenheiten der beteiligten Kreise verhinderten das Zustandekommen endgültiger Vereinbarungen, und die Folge war, daß die Preiskämpfe in noch schärferer Weise fortgesetzt wurden und das Jahr 1932 neue, schwere Verluste brachte.

Das einzige Gebiet des Kraftfahrzeughandels, das in der Krise eine günstige Entwicklung zeigte, war der Außenhandel, zumindest in den Jahren 1930 und 1931. Die Lastwagenausfuhr war schon seit Jahren erheblich größer als die -einfuhr und konnte ihre Stellung auf dem Weltmarkt auch in der Krise behaupten. 1930 stand einer Lastwageneinfuhr im Werte von rd. 2 Mill. Reichsmark eine -ausfuhr von rd. 15,7 Mill. RM gegenüber,[1] zu der noch eine Ausfuhr von Zugmaschinen (Traktoren), einschließlich motorisierter Bodenbearbeitungsgeräte im Werte von 8 Mill. RM hinzugerechnet werden kann, der eine ebensolche Einfuhr von rd. 2,7 Mill. RM gegenüberstand. Bei Motorrädern war der Ausfuhrüberschuß geringer, und bei Personenwagen einschließlich der für Personenwagen bestimmten Einzelteile überstieg die Einfuhr mit 30,5 Mill. RM die Ausfuhr in Höhe von 20,5 Mill. RM wie in allen Jahren seit der Stabilisierung erheblich. Insgesamt war die Kraftfahrzeug-Außenhandelsbilanz 1930 mit rd. 1,5 Mill. RM aktiv.

---

1. Die Zahlen sind den Tabellen des Geschäftsberichts 1930, S. 9 ff. entnommen.

Während in den folgenden Krisenjahren der Kraftradhandel im Auslandsgeschäft einigen Boden verlor, erlebte die Lastwagen- und die Personenwagenausfuhr einen erheblichen Aufschwung. Zum großen Teil war das ein Erfolg des Einsatzes der General-Motors-Exportorganisation, die den Opelwerken seit 1931 zur Verfügung stand. Die Personenwagenausfuhr hat sich 1931 gegenüber dem Vorjahr stückmäßig mehr als verdoppelt; wertmäßig war die Zunahme allerdings geringer, teils wegen der auch auf dem Weltmarkt sinkenden Preise und teils infolge der Bevorzugung kleinerer Typen. Die gesamte Kraftfahrzeugeinfuhr sank 1931 bis auf die Hälfte des Vorjahres, so daß die Außenhandelsbilanz im Kraftfahrzeughandel einen Ausfuhrüberschuß von fast 30 Mill. RM ergab.

Die fast völlige Lähmung des Inlandsabsatzes von Kraftfahrzeugen hielt auch im Jahre 1932 an, und die Reihen derjenigen, die im Kraftfahrzeughandel diese Zeit fortgesetzter Verluste und sinkender Geschäftstätigkeit überdauerten, lichteten sich immer mehr. In den letzten Monaten des Jahres machten sich überall in der Welt die ersten Anzeichen einer Beendigung der Krise bemerkbar, und auch in Deutschland hatte man wieder Hoffnung in bezug auf eine Belebung der Absatzmöglichkeiten. Die Ungewißheit der politischen Entwicklung und die Zweifel, die in die Staatsführung gesetzt wurden, standen jedoch einer wirtschaftlichen Gesundung im Wege, so daß die tatsächliche Beendigung der Krise der nationalsozialistischen Regierung vorbehalten blieb.

7. Der Aufschwung des Kraftfahrzeughandels von 1933 bis zum Ausbruch des Krieges.

Mit der Machtübernahme durch den Nationalsozialismus kehrte das Vertrauen in die wirtschaftliche Zukunft wieder, das die Voraussetzung war für die Wiederbelebung der Wirtschaft; vor allem aber brachte sie eine grundlegende Änderung in der Stellung der Staatsführung zu den wirtschaftlichen Problemen. Mit ungewöhnlicher Energie ergriff die Regierung umfassende Maßnahmen zur Ankurbelung der gesamten Wirtschaft, und einer der entscheidenden Ansatzpunkte war hierbei die Kraftverkehrswirtschaft. Auf der

Automobilausstellung im Februar 1933 bezeichnete der Führer die Motorisierung als eines der vordringlichen Ziele der deutschen Wirtschaftspolitik, und diese Parole bedeutete den Beginn eines ungeahnten Aufschwungs der Kraftfahrzeugwirtschaft.

Der Kraftfahrzeugabsatz erfuhr schon im Verlauf des Jahres 1933 eine ganz erhebliche Zunahme, die bei Personenwagen rund 100 %, bei Lastwagen 65 % und bei mittleren und schweren Motorrädern annähernd 25 % betrug; lediglich bei Kleinkrafträdern war ein Rückgang um ungefähr 5 % zu verzeichnen (Stückmäßige Zunahme).[1]

Die besonders große Absatzsteigerung bei Personenwagen ist zum großen Teil auf die durch die Verordnung vom 31. 3. 1933 erfolgte Steuerbefreiung für Personenkraftfahrzeuge zurückzuführen, die eine beachtliche Verringerung der Haltungskosten brachte. Der Grund für das Nachhinken des Absatzes von Motorrädern, die ebenfalls von der Kraftfahrzeugsteuer befreit wurden, ist darin zu suchen, daß sich die im Zuge der Wirtschaftsbelebung eingetretenen Einkommenssteigerungen zunächst mehr bei den selbständigen Berufstätigen als bei den Arbeitern und Angestellten auswirkte, die den Hauptteil der Motorradkäufer bildeten.

Im Personenwagengeschäft setzte sich die Verlagerung vom schweren zum leichten Wagen fort. „Die Gruppe der Wagen bis 1200 ccm Hubraum verzeichnet (1933) ein Ansteigen des Anteils von 45,4 % auf 55,4 %, dem ein Absinken sämtlicher anderer Gruppen gegenübersteht. Zusammen mit der Klasse von 1200 ccm bis 2100 ccm Hubraum ergibt sich für beide Klassen ein Anteil am Gesamtabsatz von 91,3%."[2]

Die entgegengesetzte Entwicklung bei den Motorrädern ist darauf zurückzuführen, daß bis 1933 lediglich die Krafträder mit einem Hubraum von unter 200 ccm steuerfrei waren und daher sehr bevorzugt wurden. Mit der Ausdehnung der Steuerfreiheit auf die mittleren und schweren Klassen fiel daher ein wesentlicher Grund für die Vorrangstellung der Räder unter 200 ccm fort, und die Nach-

1. Angaben aus Geschäftsbericht RdK 1933, S. 7.
2. Geschäftsbericht RdK 1933, S. 8.

frage wandte sich mehr den bisher steuerbelasteten, in technischer Hinsicht aber überlegenen und im Gebrauch kaum teureren größeren Maschinen zu.

Neben der Steuerbefreiung für neue Personenkraftfahrzeuge wurde für gebrauchte Fahrzeuge die Möglichkeit geschaffen, die künftige Steuer durch Zahlung eines einmaligen größeren Betrages abzulösen. Hierdurch wurde der Markt der gebrauchten Fahrzeuge aufs stärkste beeinflußt.

Für diejenigen Händler, deren Finanzkraft zur Aufbringung des Steuerablösungsbetrages ausreichte, ergab sich eine erhebliche Besserung der Verkaufsmöglichkeiten ihres Lagers an gebrauchten Fahrzeugen. Da es sich aber schon bei Lagern mittleren Umfanges um ganz erhebliche Beträge handelte, konnten nur wenige Händler diese Gelegenheit ausnutzen. Für die übrigen wurden ihre Bestände an gebrauchten Personenfahrzeugen, sofern es sich nicht um Kleinfahrzeuge handelte, durch die Steuergesetzgebung in noch stärkerem Maße unverkäuflich als dies ohnehin der Fall war.

Die oben angeführten Zahlen geben nicht die Händlerumsätze, sondern den Gesamtabsatz an Kraftfahrzeugen an. Während der Anteil der Fabrikverkaufsstellen vorläufig bei Personenwagen und Motorrädern nicht sehr ins Gewicht fällt, spielt er beim Lastwagengeschäft eine erhebliche Rolle. Die Zunahme des Lastwagenabsatzes war im wesentlichen auf die zahlreichen Aufträge von Behörden, Reichspost, Reichsbahn und anderen öffentlichen Stellen zurückzuführen, und da diese Geschäfte fast ausnahmslos von der Industrie selbst getätigt wurden, kam der Zuwachs den Lastwagenhändlern nur in geringem Umfang zugute.

Naturgemäß war die Steigerung des Kraftfahrzeugabsatzes bei den einzelnen Fabrikaten verschieden, so daß die Vertreter gangbarer Marken überdurchschnittlich am Aufleben des Geschäfts beteiligt waren, während andere noch weiterhin schwer zu kämpfen hatten.

Die gewaltige Zunahme des Bestandes an Kraftfahrzeugen von 1933 an ergibt sich aus der folgenden Tabelle, die die Entwicklung des Kraftfahrzeugbestandes von 1907 bis 1938 zeigt.

Kraftfahrzeugbestand in Deutschland von 1907 bis 1938*)

Jahr	Krafträder	Personenwagen[1]	Lastwagen	Insgesamt
1907	15 954	10 115	957	27 026
1908	19 808	14 671	1 443	35 922
1909	21 176	18 547	2 004	41 727
1910	20 479	24 639	2 823	49 941
1911	20 705	30 000	4 206	54 911
1912	20 157	43 162	6 687	70 006
1913	20 448	49 660	7 581	77 689
1914	20 611	55 000	9 071	84 682
1921	26 666	59 242	30 267	118 640[2]
1922	38 048	80 937	43 711	165 729
1923	59 389	98 587	51 736	212 949
1924	97 965	130 346	60 629	293 032
1925	161 508	171 445	80 363	425 790
1926	263 345[3]	201 401	90 029	571 893[3]
1927	339 226	261 142	100 969	723 935
1928	438 288	342 784	121 765	933 312
1929	608 342	422 612	143 952	1 214 059
1930	731 237	489 270	157 432	1 419 870
1931	792 075	510 840	161 072	1 507 129
1932	819 178	486 001	152 420	1 499 724
1933	852 776	510 819	155 219	1 562 823
1934	933 763	595 953	168 712	1 745 884
1935[4]	1 058 656	795 775	244 258[5]	2 157 811
1936	1 184 081	945 085	270 992	2 474 591
1937	1 327 189	1 108 433	321 524	2 848 466
1938[6]	1 582 872	1 305 608	382 837	3 364 503
1938[7]	1 513 328	1 271 983	367 391	3 241 582

*) Zit. Kurt Schneider, Hauptprobleme des Kraftfahrzeugabsatzes in Deutschland, S. 134. Ab 1921 ergänzt aus Tatsachen und Zahlen 1938, S. 18.

1. Personenwagen bis 1914 einschließlich Kraftomnibusse.
2. Insgesamt-Zahlen einschl. Kraftomnibusse, Sonderfahrzeuge und Zugmaschinen, ab 1921.
3. Die Zahl der Kleinkrafträder wurde 1926 erstmalig ermittelt und ist von 1926 bis 1938 den Krafträdern hinzugefügt.
4. Ab 1935 einschließlich Saarland.
5. Dreiradkraftfahrzeuge unter 350 kg Eigengewicht zählen seit der Reichs-Straßenverkehrs-Ordnung vom 1. 10. 1934 nicht mehr zu den Krafträdern, sondern zu den Kraftwagen.
6. Ab 1938 mit Österreich.
7. Für das Jahr 1938 ohne Österreich.

Mit der Belebung des Absatzes waren die zahlreichen Schwierigkeiten und Unzuträglichkeiten, die sich im Laufe der Zeit auf dem Kraftfahrzeugmarkt entwickelt hatten, keineswegs etwa wie mit einem Schlage gelöst. Der mit ungleichen Waffen geführte Kampf zwischen Industrie und Handel einerseits um die Kundschaft und andererseits um die Höhe der Handelsspanne und die Ausgestaltung der Händlerverträge, die Preisunterbietungen der Händler untereinander, die ständigen Verluste im Altwagengeschäft, und zahlreiche andere Probleme bereiteten dem Kraftfahrzeughandel nach wie vor schwere Sorgen.

Da das Schleuderunwesen auf dem noch verhältnismäßig jungen Dreiradwagenmarkt besonders stark in Erscheinung trat, wurde zunächst auf diesem Gebiet eine Beseitigung der Schwierigkeiten durch eine kartellähnliche Vereinigung, wie sie bereits auf dem Motorradmarkt bestand, versucht. Am 13. Juli 1933 schlossen sich die 7 bedeutendsten Herstellerfirmen von Dreiradwagen zur „Vereinigung der Dreiradkraftwagen-Fabriken" zusammen. Die Verhandlungen zwischen dieser Vereinigung und den Händlerverbänden führten zu einem Gegenseitigkeitsabkommen über die Verdienstsätze des Handels, den Inhalt der Vertreterverträge u. dgl., das am 1. November 1933 in Kraft trat. So erfreulich an sich dieses Ergebnis war, so bedeutete es doch nur eine Teillösung der Probleme.

Die Krönung und der Abschluß der Bemühungen zur Ordnung des Kraftfahrzeugmarktes, nämlich eine Bereinigung der unerträglich gewordenen Verhältnisse auf dem Personen- und Lastwagenmarkt, stand noch aus. Auch hieran war jedoch im Laufe des Jahres zäh gearbeitet worden, und Ende 1933 waren die Verhandlungen so weit gediehen, daß die in Frage kommenden Werke und Händler zum Beitritt aufgefordert werden konnten. Die ausgearbeiteten Vorschläge fanden die fast einmütige Zustimmung der betreffenden Kreise, und so trat die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft am 1. Januar 1934 in Kraft. Da die einzelnen Fragen der Marktordnung Gegenstand eines besonderen Kapitels dieser Arbeit sind (S. 129 ff.), beschränken sich die folgenden Ausführungen darauf, einen allgemeinen Überblick zu geben.

Das Ziel der Marktordnung bestand in der Herstellung und Sicherung eines funktionsfähigen Kraftfahrzeugmarktes, und sie erfaßte daher gleichermaßen Industrie und Handel. Zur Erfüllung

dieser umfassenden Aufgabe mußte eine ganze Anzahl von Einzelproblemen gelöst werden. Die wesentlichsten waren in bezug auf die Industrie die Sicherung einer ordnungsmäßigen Kalkulation, im Hinblick auf den Handel die Durchführung einer qualitativen Auslese durch die Aufstellung konkreter Anforderungen und für beide zusammen die unbedingte Einhaltung der Listenpreise, die durch eine sorgfältige Überwachung des Kraftfahrzeugabsatzes gewährleistet wurde.

Die Marktordnung, die im Laufe der Zeit an einigen Stellen noch etwas weiter ausgebaut wurde, insbesondere hinsichtlich des Altwagenmarktes und der Händlerzulassungen, hat die ihr gestellte Aufgabe in hervorragender Weise gelöst. Die früher übliche Preisschleuderei ist heute im Kraftfahrzeughandel völlig unbekannt geworden; die große Zahl der ungeeigneten und unzuverlässigen Elemente, die sonst in Zeiten guten Geschäftsganges dem Kraftfahrzeughandel zugeströmt waren, ist von ihm ferngehalten worden, und die Beibehaltung der, lediglich in geordnete Bahnen gelenkten, freien Preisbildung in der Industrie hat trotz erheblicher Qualitätsverbesserungen zu einer Verbilligung der Kraftfahrzeuge geführt. Die Preise für Personen- und Lastwagen zeigten folgende Entwicklung:

Preisindex für Personen- und Lastkraftwagen[1]

Fahrzeugart	1933	1934	1935	1936	1937	1938	Senkung in % 1933—38
Personenwagen	49,9	47,5	46,4	44,4	44,7	44,7	10,5
Lastwagen	66,4	63,4	62,9	62,8	63,9	63,8	3,8

Die außerordentlich günstige Absatzlage setzte sich auch in den folgenden Jahren fort. Während der Lastwagen- und vor allem der Motorradabsatz zunächst noch teilweise erheblich hinter dem Personenwagengeschäft zurückgeblieben war, schloß er sich bald dessen Entwicklung an und erfuhr zeitweilig noch größere prozentuale Steigerungen als der Absatz von Personenwagen. Insbesondere

1. Geschäftsbericht der DAT 1938, S. 20, am Jahresende 1933 bis 1938 (1925 = 100).

der Lastwagenhandel erlebte einen außerordentlichen Aufschwung, wobei, im Gegensatz zum Personenwagengeschäft, die schwersten Klassen in zunehmendem Maße gefragt wurden.

Ein ungefähres Bild von der Geschäftslage im Kraftfahrzeughandel gibt die Statistik von Neuzulassungen im Kraftfahrzeughandel. Sie zeigt von 1932—1938 folgende Entwicklung:

Zulassungen von Kraftfahrzeugen 1932—1938[1]

Fahrzeug:	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938
Kraftwagen	41 118	82 048	130 938	180 113	213 117	216 538	222 778
Lastwagen	6 846	11 220	22 664	31 966	43 614	43 221	47 731
Krafträder	47 630	50 108	78 179	102 831	125 131	141 591	150 562

Infolge des gewaltigen Anstiegs der Nachfrage nach Kraftfahrzeugen einerseits und der infolge der staatlichen Investionsbeschränkungen nur begrenzten Möglichkeit einer Produktionsausweitung andererseits, entstand für den Kraftfahrzeughandel eine eigenartige Situation. Während üblicherweise der Absatz der betreffenden Waren das Problem für den Händler ist, war dieser jetzt ohne weiteres gesichert, und die Sorge des Händlers bestand in seiner möglichst schnellen und möglichst umfangreichen Belieferung seitens der Industrie.

Auch in früheren Zeiten hatten sich gelegentlich Lieferschwierigkeiten ergeben, aber infolge der absoluten Freiheit der Herstellerfirmen in der Preisbildung konnte dieser Zustand niemals chronisch werden. Denn bei längerer Dauer nutzte ihn die Industrie ohne weiteres zu Preissteigerungen aus und bremste damit zugleich die übergroße Nachfrage. Da nun jedoch die Marktordnung derartige konjunkturbedingte Preiserhöhungen durch die Bindung der Preisbildung an die Kosten, einschließlich eines angemessenen und von der Absatzlage weitgehend unabhängigen Gewinnzuschlags unmöglich machte, konnte dieser Zustand aus sich selbst heraus kein Ende finden.

Die Folge waren die schließlich allgemein üblichen und immer länger werdenden Lieferfristen, die zuletzt bei Kleinwagen bis zu 1 Jahr und bei manchen Lastwagen mehr als 3 Jahre betrugen. Be-

1. Tatsachen und Zahlen, 1938, S. 36, 44, 58.

dingt waren die Lieferschwierigkeiten durch die Wehrhaftmachung des deutschen Volkes, die einerseits eine größere Ausdehnung der Verbrauchsgüterindustrien nicht zuließ und andererseits selbst einen erheblichen öffentlichen Kraftfahrzeugbedarf mit sich brachte, der die Menge der für private Verbraucher verfügbaren Kraftfahrzeuge noch mehr verringerte.

Die Lage war in den letzten Jahren für den Kraftfahrzeughandel außerordentlich günstig. Es war ihm nicht nur der sofortige Absatz der ihm gelieferten Fahrzeuge sicher, sondern er genoß außerdem einen beachtlichen Rückgang seiner Kosten. Vor allem konnte er bei den Werbekosten erhebliche Einsparungen machen, denn er war ja nicht mehr darauf angewiesen, mit viel Aufwand und Mühe nach Kunden zu suchen; die Kundschaft kam von selbst, ohne daß er sich besonders um sie zu bemühen brauchte.

Die gleiche Lebhaftigkeit war im Altwagengeschäft zu beobachten, und da sich hier Anzeichen unerwünschter Preissteigerungen bemerkbar machten, sah sich der Preiskommissar genötigt, die schon erwähnte „Anordnung über die Regelung der Verbraucherpreise und Händlerspanne im Geschäftsverkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen" vom 29. 4. 1939 zu erlassen, die später auf den außergeschäftlichen Verkehr mit gebrauchten Fahrzeugen ausgedehnt wurde. Dadurch wurde erreicht, daß das Übergewicht der Nachfrage nicht zu Preissteigerungen führte, die mit den Zielen der deutschen Wirtschaftspolitik nicht vereinbar gewesen wären.

8. Der Mangel an Verdienstmöglichkeiten für den Kraftfahrzeughandel in der Kriegswirtschaft.

Schon kurz nach Beginn des gegenwärtigen Krieges, also unmittelbar nach dem 1. 9. 1939, wurde die private Benutzung von Kraftfahrzeugen ganz erheblich eingeschränkt. Von einer beschränkten Benzinzuteilung über ein Verbot jeglicher Fahrten für private Zwecke und eine schärfere Einschränkung auch der rein geschäftlichen Fahrten wurden die Grenzen der zugelassenen Verwendungen für Kraftfahrzeuge immer enger gezogen, um den außerordentlichen Brennstoffbedarf der Wehrmacht sicherstellen zu können.

Die Folge für den Kraftfahrzeughandel war ein plötzliches und vollständiges Abbrechen der bis dahin so ungewöhnlich günstigen Absatzlage. Der Grund hierfür lag nicht nur darin, daß der größte Teil der sonstigen Abnehmer keine Möglichkeit hatte, ein Kraftfahrzeug zu benutzen; nur ein Teil nämlich hatte diese Möglichkeit infolge seines Berufs und trat als Käufer auf, um einen Ersatz für das in außerordentlich zahlreichen Fällen eingezogene Fahrzeug zu bekommen. Hinzu kam vielmehr außerdem, daß die Industrie ihre Lieferungen an die Händler einstellte und diese daher auch keine Möglichkeit hatten, die oft schon vor langer Zeit zustandegekommenen Kaufverträge zu erfüllen.

In gewissem Umfang kam diese Sachlage dem Gebrauchtwagenhandel zugute, sofern er nämlich über solche Fahrzeuge verfügte, die infolge ihrer leichten Bauart oder sonstigen Beschaffenheit nicht eingezogen wurden.

Dieser vorübergehenden Belebung des Altwagengeschäfts folgte eine völlige Lähmung des Kraftfahrzeugabsatzes, die erst nach diesem Kriege und dann wahrscheinlich allmählich erst ihr Ende finden wird.

Der Kraftfahrzeughandel steht heute vor Schwierigkeiten, deren er ohne fremde Hilfe nicht Herr werden kann. Die einzige ihm gebliebene Verdienstquelle ist noch die Reparaturwerkstatt, und auch diese ist in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle fast vollkommen versiegt. Auch die Reparatur von Wehrmachtsfahrzeugen, mit denen sich der Kraftfahrzeughandel im Weltkrieg halbwegs über Wasser halten konnte, wird kaum einen Ausgleich bieten, da die meisten Reparaturen von der Wehrmacht selbst in eigenen Werkstätten vorgenommen werden, oder aber nur wenigen größeren guteingerichteten Händlerwerkstätten übergeben werden. Der Handel sieht sich daher der Schwierigkeit gegenüber, den weiterlaufenden Teil seiner Kosten, z. B. Mieten und teilweise auch Gehälter und Löhne auch künftig aufbringen zu müssen ohne eine irgendwie ins Gewicht fallende Einnahmequelle zu haben. Vorübergehend können die in früheren Jahren angesammelten Gewinne hierzu verwendet werden, soweit sie noch vorhanden und verfügbar sind. Nach deren Verzehr jedoch ist der Kraftfahrzeughandel auf die

Unterstützung des Staates angewiesen; der dafür lediglich die verhältnismäßig beschränkte Möglichkeit einer Eingliederung der Händlerwerkstätten in die kriegswirtschaftliche Produktion bieten kann.

III. Betriebsfragen des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Der Standort.

a) Allgemeine Gesichtspunkte.

Die Frage des Standortes ist für den Kraftfahrzeughandel von außerordentlicher Bedeutung; die mehr oder weniger günstige Lage der Geschäfts-, Reparatur- und Ausstellungsräume entscheidet oft über die Existenz des Betriebes.

Die Anforderungen, die an den Standort gestellt werden, sind für die einzelnen Kraftfahrzeugarten und selbst für die einzelnen Typen einer Fahrzeuggattung sehr verschieden. Dabei ist zunächst entscheidend, in welchem Umfang in dem betreffenden Handelszweig der Geschäftserfolg auf die unmittelbare Werbung durch die Ausstellungsräume zurückzuführen ist, und in welchem Maße er durch die Tätigkeit der Untervertreter, die die als Kundschaft in Frage kommenden Kreise bearbeiten, zustandekommt. Es kommt also darauf an, ob der Kunde in der Regel zum Händler oder der Händler zum Kunden kommt. In den Fällen, in denen die Werbung durch Vertreter überwiegt, spielt naturgemäß die Frage des Standortes der Geschäftsräume eine geringere Rolle. Immerhin ist es auch hier von Bedeutung, daß der zu bearbeitende Bezirk ein fruchtbares Arbeitsfeld darstellt. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn eine genügende Menge wenigstens in finanzieller Hinsicht als Käufer in Frage kommender Personen oder Firmen in dem Gebiet ansässig sind. Die Schaffung der übrigen persönlichen Voraussetzungen, insbesondere die Weckung des Interesses für das Kraftfahrzeug, ist dann Sache des Vertreters.

Aber die Einkommensverhältnisse sind nicht das allein Entscheidende. Eine große Rolle spielen auch die Verkehrsverhältnisse. Je

schlechter die Erfassung der Gegend durch die öffentlichen Verkehrsmittel und je besser die Straßenverhältnisse sind, desto günstiger sind die Absatzmöglichkeiten für den Kraftfahrzeughandel.

Wie weit sich der bereits erreichte Stand der Motorisierung des betreffenden Gebiets vorteilhaft oder nachteilig auf den Absatz auswirkt, läßt sich nicht in allgemeiner Form ausdrücken. Selbstverständlich ist ein großer Bestand an Kraftfahrzeugen immer günstig für die Nebengewerbe des Kraftfahrzeughandels, also für den Zubehörhandel, für die Reparaturwerkstätten, für das Tankstellen- und Garagengeschäft. Aber auch für den eigentlichen Kraftfahrzeughandel ist das Vorliegen einer gewissen Motorisierung in der Regel günstiger, als wenn es sich um eine Gegend handelt, in der Kraftfahrzeuge noch eine Seltenheit sind. Es ist oft schwieriger, Kaufgeschäfte zustande zu bringen, wenn erst noch die allgemeine Abneigung, mit der die meisten Menschen Neuerungen gegenüberstehen, durch den Händler überwunden werden muß, als wenn der zukünftige Käufer durch die Kraftfahrzeuge, die er bei Bekannten oder auf der Straße in größerer Zahl antrifft, schon fast für das Kraftfahrzeug gewonnen worden ist und die Aufgabe des Händlers im wesentlichen darin besteht, ihn von den Vorzügen der betreffenden Marke zu überzeugen. Hier gibt es aber ein Optimum, dessen Höhe zwar auch im Einzelfall schwer festzustellen ist, weil sie sich mit den Einkommens- und den allgemeinen Wirtschaftsverhältnissen verändert, nach deren Überschreitung jedoch die Absatzmöglichkeiten wieder geringer werden.

Die Beurteilung der Absatzmöglichkeiten, die für die Wahl des Standortes entscheidend sind, ist vor allem von den Amerikanern zu einer förmlichen Wissenschaft ausgebaut worden und ist bei ihnen Gegenstand fortgesetzter und sehr eingehender statistischer Untersuchungen. Auch in Deutschland wird laufend an diesen Fragen gearbeitet, wenn auch mit weniger Intensität; insbesondere der durchschnittliche Praktiker in der Wirtschaft hat anscheinend im allgemeinen eine unbestimmte Abneigung gegen statistisches Zahlenmaterial und verläßt sich lieber auf sein mehr oder weniger sicheres Fingerspitzengefühl.

b) Die Standortfrage bei den einzelnen Fahrzeugarten.

Beim Motorradhandel spielt der Besuch des Kunden durch Vertreter eine ziemlich untergeordnete Rolle; hauptsächlich auf dem Lande kommt ihm noch eine gewisse Bedeutung zu. In der Stadt sucht der Käufer in der Regel den Händler auf, und dessen Geschäftsräume müssen daher in diejenigen Stadtteile gelegt werden, in denen die als Käufer in Frage kommenden Bevölkerungskreise wohnen. Wenn auch Arbeiter und Angestellte, die die Hauptkundschaft des Motorradhandels darstellen (vgl. hierzu Abschnitt „Kunden des Kraftfahrzeughandels" dieser Arbeit, S. 30), natürlich in nahezu allen Gegenden anzutreffen sind, so werden doch in jeder größeren Stadt bestimmte Bezirke überwiegend von diesen Kreisen bewohnt, und in diese Gegenden muß daher der Kraftradhändler seinen Standort legen. Dabei kommt es im allgemeinen weniger auf die Ausstattung der Ausstellungsräume, als auf die Möglichkeit an, ein umfangreiches Lager und eine gut eingerichtete Reparaturwerkstatt unterzubringen. Es ist auch meistens nicht erforderlich, die Geschäftsräume in einer besonders belebten Straße einzurichten. Die persönlichen Empfehlungen dieses Händlers und jener Marke pflegen beim Motorradkauf eine weit größere Rolle zu spielen, als im übrigen Kraftfahrzeughandel, bei dem der Käufer in der Regel weniger geneigt ist, sich an die Urteile anderer anzulehnen und bei dem daher der Händler versuchen muß, jeden Interessenten einzeln auf sich aufmerksam zu machen.

Die Einzelbearbeitung der Kunden durch Vertreter hat im Personenwagenhandel im Laufe der Zeit an Bedeutung verloren. Während sie in der Absatzkrise wieder zu neuem Leben erwacht war, ist sie in den letzten Jahren besonders in den Städten immer seltener geworden, da der Personenwagenhändler die ihm gelieferten Fahrzeuge auch ohne einen derartigen Aufwand an Arbeit und Kosten absetzen konnte. Das Ladengeschäft ist daher jetzt im Personenwagenhandel die Regel.

Hier spielt jedoch die Wahl des Standorts eine außerordentlich große Rolle. Es genügt nicht, daß der Händler die Stadtteile als Standort wählt, in denen seine Abnehmer wohnen oder beruflich

tätig sind. Für den Personenwagenhandel kommen im allgemeinen nur wenige Stellen zur Einrichtung seiner Ausstellungsräume in Frage, und zwar sind dies diejenigen Straßen, in denen sich der lebhafteste Fußgängerverkehr der wohlhabenderen Kreise zu bewegen pflegt. In den meisten Städten haben sich eine kleinere Anzahl von Straßen als diejenigen qualifiziert, in denen sich die teuersten und gepflegtesten Verkaufsstätten befinden, und diese sind der geeignetste Standort für den Personenwagenhandel. Einmal erreicht der Händler auf diese Weise, daß eine möglichst große Anzahl der als Kunden in Frage kommenden Personen die ausgestellten Fahrzeuge sieht; da außerdem die günstige Lage von anderen Händlern fast immer ebenfalls wahrgenommen wird und sich daher in den betreffenden Gegenden die Kraftwagenverkaufs- und Ausstellungsräume zusammendrängen, werden auch die sich sonst in anderen Stadtteilen bewegenden Interessenten in diese vom Kraftwagenhandel bevorzugten Gegenden gezogen.

Für Kleinwagen treffen diese Überlegungen nicht ganz zu, denn deren Abnehmer setzen sich zum großen Teil aus anderen Einkommenskreisen zusammen als die Käufer mittlerer und großer Wagen. Die Verkaufsstellen von Kleinwagen sind weniger beschränkt in der Wahl ihres Standortes. Sie können oft auch in anderen Gegenden der Stadt mit Vorteil eingerichtet werden, aber auch sie sind an belebte Straßen oder Plätze gebunden, um die Aufmerksamkeit einer möglichst großen Zahl von Interessenten auf sich zu lenken.

Das flache Land ist für den Kraftwagenhändler als Standort ungeeignet. Den zahlreichen Händlern, die dennoch in kleineren Ortschaften den Kraftwagenhandel zu betreiben versuchen, kommt keine große Bedeutung zu; ihr Umsatz ist sehr gering. Für die Erfassung der Landkundschaft ist die Errichtung einer Verkaufsstelle in einer kleineren Stadt, z. B. einer Kreisstadt, die auch in anderer Hinsicht der zentrale Einkaufsort des umliegenden Landes ist, am günstigsten, weil hier die Umsätze groß genug sind, um die Unterhaltung einer gut eingerichteten Werkstatt, eines Ersatzteillagers und das Bereithalten von Vorführwagen zu ermöglichen. Im Lastwagengeschäft überwiegt bei weitem die Bearbeitung der Kundschaft

durch schriftliche Offerten und durch Vertreter. Es werden allerdings auch Ausstellungsräume von den Lastwagenhändlern unterhalten; aber sie dienen weniger dazu, den Interessenten zur Anknüpfung von Verhandlungen zu veranlassen, als vielmehr einer Unterrichtung der schon fast gewonnenen Käufer über die Eigenarten und Vorzüge des betreffenden Fabrikats. Während beim Personenwagenhandel der Blick in die Ausstellungsräume im allgemeinen der Aufnahme der Kaufverhandlungen vorangeht, ist es beim Lastwagengeschäft in der Regel umgekehrt.

Der Standort eines Lastwagenhandelsbetriebes ist daher nach anderen Gesichtspunkten auszuwählen. Da es für ihn nicht darauf ankommt, die Aufmerksamkeit der Kundschaft durch die Lage seines Geschäftslokals zu erwecken, kann sich der Händler bei der Wahl seines Standorts durchaus von Kostenerwägungen leiten lassen. Für ihn ist es vor allem entscheidend, daß er seinen Sitz in einem Gebiet errichtet, in dem sich eine große Anzahl gewerblicher Betriebe befinden, also in größeren Städten und vor allem in Industriezentren.

Auf dem Lande sind die Existenzmöglichkeiten für den Lastwagenhändler sehr gering; günstig waren jedoch in den letzten Jahren die Absatzverhältnisse auf dem Lande im Traktorengeschäft. Für den Handel mit diesen Fahrzeugen gilt ungefähr das gleiche, wie für den ländlichen Personenwagenhandel, — kleinere zentral gelegene Städte sind der geeignete Standort. Beim Stadtgeschäft entsprechen die Verhältnisse im Traktorenhandel annähernd denen des Lastwagenhandels.

Die Betriebe des Kraftwagenhandels, geordnet nach ihrer Eigenschaft als Direkt- oder Untervertreter mit oder ohne Werkstatt, verteilen sich in den Jahren 1935—1938 folgendermaßen auf die einzelnen Gemeindegrößenklassen:

Die Verteilung der Kraftwagenhandelsbetriebe nach Gemeindegrößenklassen, gegliedert in Direkt- und Untervertreter mit und ohne Werkstatt.[1]

Gemeindegrößenklassen	Jahr	Direktvertreter mit Werkstatt	Direktvertreter ohne Werkstatt	Untervertreter mit Werkstatt	Untervertreter ohne Werkstatt	Insgesamt Anzahl	Insgesamt %
Landgemeinden (bis 1999 Einw.)	1935	93	4	698	10	805	12,8
	1936	112	5	871	9	997	14,6
	1937	105	5	900	9	1 019	14,7
	1938	113	4	753	2	872	12,6
Landstädte (2000—4999 Einw.)	1935	185	5	859	19	1 068	17,0
	1936	177	7	1 002	25	1 211	17,7
	1937	176	4	1 059	16	1 255	18,1
	1938	215	5	1 076	10	1 306	18,9
Kleinstädte (5 000—19 999 Einw.)	1935	570	33	1 166	73	1 842	29,4
	1936	567	33	1 258	66	1 924	28,4
	1937	572	39	1 824	50	1 945	28,0
	1938	645	28	1 297	27	1 997	28,9
Mittelstädte (20 000—99 999 Einw.)	1935	752	84	407	99	1 342	21,4
	1936	744	89	457	67	1 357	19,9
	1937	788	86	492	58	1 415	20,5
	1938	869	56	547	29	1 501	21,7
Großstädte (über 100 000 Einw.)	1935	587	144	347	138	1 216	19,4
	1936	622	154	411	154	1 341	19,6
	1937	599	153	417	130	1 299	18,7
	1938	654	115	387	82	1 238	17,9

Nach Umsatzklassen geordnet verteilen sich die Kraftwagenhandelsbetriebe in folgender Weise auf die Gemeindegrößenklassen:

1. Zahlen aus den Geschäftsberichten der DAT, 1935 S. 9, 1936 S. 12, 1937 S. 14 und 1938 S. 15.

Die Verteilung der Kraftwagenhandelsbetriebe nach Gemeindegrößenklassen 1938, gegliedert nach Umsatzgrößenklassen.[1]

Gemeindegrößenklassen	Umsatzgrößen in 1000 RM									
	0—50		51—100		101—500		501—1000		über 1000	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Landgemeinden (bis 1999 Einw.)	731	19,6	60	5,6	36	2,3	1	0,4	0	0
Landstädte (2000—4999)	974	26,1	200	18,7	95	6,0	4	1,5	0	0
Kleinstädte (5000—19 999)	1133	30,1	432	40,5	428	27,2	30	11,3	3	2,2
Mittelstädte (20 000—99 999)	500	13,4	239	22,4	577	36,6	80	30,1	26	19,4
Großstädte (über 100 000)	393	10,5	137	12,8	439	27,9	151	56,7	105	78,4
Insgesamt:	3731	100	1068	100	1575	100	266	100	134	100

Gemeindegrößenklassen	Umsatzgrößen in 1000 RM					
	0—100		101—500		über 500	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Landgemeinden (bis 1999 Einw.)	791	16,5	36	2,3	1	0,3
Landstädte (2000—4999)	1174	24,5	95	6,0	4	1,0
Kleinstädte (5000—19 999)	1565	32,6	428	27,2	33	8,2
Mittelstädte (20 000—99 999)	739	15,4	577	36,6	106	26,5
Großstädte (über 100 000)	530	11,0	439	27,9	256	64,0
Insgesamt:	4799	100	1575	100	400	100

1. Die Ursprungszahlen sind dem Geschäftsbericht der DAT, 1938, S. 16 und 17, entnommen.

2. Die Betriebsgröße.

a) Die gegenwärtige Verteilung und der ungewöhnlich große Anteil der Kleinbetriebe.

Die Größe von Betrieben kann an zahlreichen Merkmalen gemessen werden; geeignet sind hierfür alle die Daten, die in einem inneren Zusammenhang mit dem Betriebsumfang stehen. Je nachdem, welches Merkmal man der Messung der Betriebsgröße zugrundelegt, werden die Ergebnisse naturgemäß etwas verschieden sein.

Das gebräuchlichste Maß der Betriebsgröße ist für Handelsbetriebe der Umsatz. Am Umsatz gemessen verteilen sich die Betriebe des Kraftwagenhandels auf die einzelnen Größenklassen folgendermaßen:

Die Umsatzstruktur der Kraftfahrzeughandelsbetriebe 1938.[1]

Umsatz in 1000 RM	Anzahl	%	Umsatz in 1000 RM	Anzahl	%	Umsatz in 1000 RM	Anzahl	%
ohne Umsatz	675	9,97						
über 0—10	742	10,95						
11—20	803	11,85						
21—30	645	9,52	0—50	3731	55,07	0—100	4799	70,84
31—40	450	6,64						
41—50	416	6,14						
51—70	498	7,35						
71—80	202	2,98	51—100	1068	15,77			
81—100	368	5,44						
101—200	856	12,64						
201—300	398	5,88	101—500	1575	23,26	101—1000	1841	27,18
301—400	186	2,75						
401—500	135	1,99						
501—750	177	2,61	501—1000	266	3,92			
751—1000	89	1,31						
1001—2000	96	1,42						
2001—3000	24	0,35	über 1000	134	1,98	über 1000	134	1,98
über 3000	14	0,21						
Insgesamt:	6774	100,00	Insgesamt:	6774	100,00	Insgesamt:	6774	100,00

1. Nur für das Altreich. Die Zahlen sind dem Geschäftsbericht der DAT 1938, S. 16 f., entnommen.

Die Betriebe bis zu einem Umsatz von 100 000,— RM können sämtlich als Kleinbetriebe bezeichnet werden, denn sie arbeiten mit dem kleinstmöglichen Personaleinsatz. Neben dem Inhaber sind in der Regel bei diesen Betrieben nur eine Schreibkraft, ein Reparaturschlosser und allenfalls noch ein Lehrling tätig. Als ausgesprochen klein erscheinen diese Betriebe auch bei einer Betrachtung der Anzahl der getätigten Umsätze. Nimmt man als durchschnittlichen Preis eines Kraftwagens 2500,— RM an, so bedeutet ein Umsatz von 100 000,— RM nur 40 Verkäufe im Jahr, wenn man den gesamten Umsatz als Erlös für Kraftwagenverkäufe ansieht. Da aber ein großer Teil des Umsatzes ein Ergebnis des Reparaturgeschäfts und sonstiger Nebenbetriebe ist, ist die Zahl der getätigten Verkäufe noch erheblich geringer. Der Anteil der Kleinbetriebe mit über 70 % der Gesamtzahl ist als außerordentlich groß zu bezeichnen. Auffallend ist die starke Besetzung der allerkleinsten Umsatzklassen bis 30 000,— RM. Sie sind in der Regel Einmannbetriebe und können ohne Übertreibung als Zwergbetriebe bezeichnet werden.

In der mittleren Gruppe befinden sich eine ganze Anzahl von Betrieben, bei denen es zweifelhaft ist, ob sie schon als Mittelbetriebe zu bezeichnen sind. Die Betriebe der stark besetzten Gruppe mit einem Umsatz von 100 000,— bis 200 000,— RM unterscheiden sich in ihrer äußeren Form oft kaum von den Kleinbetrieben. Jedoch arbeiten sie im allgemeinen in der Verkaufsabteilung schon mit einem oder zwei Angestellten, und daher wurde ihre Einbeziehung in die mittlere Gruppe als gerechtfertigt angesehen.

Wenn von den Betrieben des Kraftfahrzeughandels gesprochen wird, dann schweben dem uneingeweihten Betrachter sicher in der Mehrzahl der Fälle jene in die Augen fallenden Betriebe vor, die mit luxuriösen Ausstellungsräumen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Der Anteil dieser Großbetriebe ist, wie die Tabelle zeigt, mit rund 2 % der Gesamtzahl außerordentlich gering. Diese Betriebe sind daher keineswegs als typisch für den Kraftfahrzeughandel anzusehen.

Weitere Maßstäbe für die Betriebsgröße sind die Höhe des Geschäftskapitals, die Anzahl der im Betrieb tätigen Personen, bestimmte Umsatzverhältniszahlen sowie einzelne Kosten. Bei ihrer An-

wendung ergibt sich die in der Tabelle auf Seite 74 dargestellte Verteilung der Kraftwagenhandelsbetriebe auf die einzelnen Größenklassen.

b) Vor- und Nachteile der einzelnen Betriebsgrößen.

a Kleinbetriebe.

Die außerordentlich starke Besetzung der unteren Betriebsgrößenklassen ist ein Beweis dafür, daß sie erhebliche Vorteile für den Händler aufweisen müssen; denn sonst wären sie längst von den größeren Betrieben zurückgedrängt worden.

Der Vorzug des Kleinbetriebes ist einmal, daß er wenig Kapital beansprucht, und daher der Kreis der Personen sehr weit ist, die zur Errichtung eines solchen Betriebes in der Lage sind. Das meiste Kapital beansprucht bei dieser Betriebsgröße die Werkstatt und das Lager. Ist eine Werkstatt bereits vorhanden — und die kleinen Handelsbetriebe sind vielfach aus einer Reparaturwerkstatt hervorgegangen — und wird zunächst nur ein kleines Lager gehalten oder die Lagerhaltung überhaupt dem Direktvertreter, der den Kleinbetrieb beliefert, überlassen, so ist praktisch der Vorführwagen die einzige erforderliche Anschaffung.

Den Kundendienst kann der Betriebsinhaber bei Zwergbetrieben meist allein, unter Umständen zusammen mit einem Lehrling, ausführen. Auch in der eigentlichen Verkaufsabteilung seines kleinen Betriebes kommt der Inhaber in der Regel ohne fremde Hilfskräfte aus; oft reicht die Unterstützung durch mithelfende Familienangehörige aus.

Auch in dem auszusuchenden Standort braucht der Kleinbetrieb nicht sehr wählerisch zu sein. Sofern nicht die betreffende Gegend durch andere Betriebe des Kraftfahrzeughandels schon ausgesprochen übersetzt ist, spielt der genaue Standort keine große Rolle, und der Inhaber wird daher sein Geschäft meistens an die Stelle seines Wohnsitzes legen. Fast alle Provinzbetriebe sind in dieser Weise aufgezogen; an der Straße wird eine Benzinpumpe errichtet, die Reklameschild und Nebenverdienststelle zugleich ist, die Werkstatt ist in einem Schuppen auf dem Hof untergebracht und das „Geschäftslokal“ ist die gute Stube des Betriebsinhabers.

Die Nachteile des Kleinbetriebes sind z. T. schon an anderer Stelle dieser Arbeit erwähnt worden. Sie bestehen vor allem in der geringen Rentabilität des Betriebskapitals. Einmal können die Maschinen, Werkzeuge und sonstigen Werkstatteinrichtungen viel weniger ausgenutzt werden als bei großen Betrieben. Daneben macht sich die geringe Arbeitsteilung nachteilig bemerkbar. Ein guter Reparaturschlosser ist durchaus nicht immer ein guter Verkäufer und selbst wenn beide Fähigkeiten einmal vereint sind, entstehen durch die abwechselnde Beschäftigung in der Werkstatt und im Verkauf Zeitverluste, die in allen Fällen zu einer geringeren Ausnutzung der Arbeitskraft führen.

Hinzu kommt, daß die Absatzmöglichkeiten für den Kleinbetrieb geringer sind als für den größeren. Einerseits wird in der Regel die Dichtigkeit der Kundschaft kleiner sein, da das Tätigkeitsfeld der Kleinbetriebe sich im wesentlichen aus dem flachen Land und kleineren Ortschaften zusammensetzt und es andererseits dadurch noch weiter eingeengt wird, daß ein großer Teil der Kraftfahrzeuginteressenten eine Abneigung dagegen hat, einen so komplizierten und teuren Gegenstand wie ein Kraftfahrzeug in einem Kleinbetrieb zu kaufen, bei dem die ganze Einrichtung des Betriebes oft einen etwas primitiven und behelfsmäßigen Eindruck macht. Bisweilen hat jedoch die äußere Anspruchlosigkeit des Betriebes im Verein mit der persönlichen Bekanntschaft des Händlers mit seiner Kundschaft auch einen vorteilhaften Einfluß; vor allem bei der Landbevölkerung, die sich bei der Bedienung durch einen Kleinbetrieb, in dem alles etwas familiär zugeht, oft wohler fühlt als in einem luxuriösen Verkaufsgeschäft. Hinzu kommt noch, daß es für die Landbevölkerung zweckmäßiger ist, an Ort und Stelle oder aber durch Vermittlung des zuständigen Händlers zu kaufen, um im Falle von Pflegearbeiten und späteren Reparaturen entsprechenden Rückhalt bei ihm zu finden.

Ein weiterer Nachteil des Kleinbetriebes ist seine geringe Krisenfestigkeit, die darauf zurückzuführen ist, daß in Zeiten schlechter Geschäftslage die Kosten nicht wesentlich herabgesetzt werden können, weil die meisten Betriebseinrichtungen ohnehin schon nur in ihrer Mindestgröße vorhanden sind.[1] Dennoch ist die

1. Näheres hierüber im Abschnitt „Die Kosten im Kraftfahrzeughandel" dieser Arbeit, S. 90 ff.

Lage der Inhaber von Kleinbetrieben während einer Depression nicht ganz so trostlos, wie dies zunächst den Anschein hat. Wenn die Absatzlage so schlecht ist, daß die wenigen erzielbaren Verkäufe nicht einmal mehr die unmittelbaren Werbungskosten decken, kann der Handelsbetrieb ohne große Veränderungen eingestellt werden, und der Inhaber versucht, sich mit mehr oder weniger spärlichen Werkstattaufträgen über Wasser zu halten. Da er bisweilen nebenher noch eine kleine Landwirtschaft unterhält, gelingt es ihm meistens, die Krise schlecht und recht zu überstehen, um dann bei einer Besserung der Absatzlage wieder seine Werkstatt durch Handelsbetrieb zu erweitern.

β Mittelbetriebe.

Bei Mittelbetrieben ist die Rentabilität wesentlich größer als bei Kleinbetrieben. Einmal ist hier die Ausnutzung der Werkstatt in viel höherem Maße möglich, und außerdem können durch weitergehende Arbeitsteilung die Arbeitskräfte viel besser ausgenutzt und ihren Fähigkeiten entsprechend eingesetzt werden.

Mittelbetriebe können nur in Städten existieren. Sie erfordern größere, in günstiger Lage befindliche Geschäftsräume, die größere Kosten für Miete und für die Ausgestaltung der Ausstellungsräume und ihre Unterhaltung mit sich bringen. Dadurch gewinnt jedoch der Betrieb das repräsentative Äußere, das ihn im allgemeinen bei der Gewinnung der Kundschaft dem Kleinbetrieb überlegen macht.

Der mittlere Betrieb arbeitet regelmäßig mit mehreren Angestellten, sowohl in der Handelsabteilung als auch in der Werkstatt, und durch weitere Einstellungen oder durch Entlassungen kann er seinen Umfang in verhältnismäßig weiten Grenzen verändern. In der letzten Zeit kommt dieser Möglichkeit allerdings geringere Bedeutung zu, da einerseits Lieferungsbeschränkungen und Facharbeitermangel einer Ausdehnung, und andererseits ein Kündigungsschutz und andere, die Einschränkung von Unternehmen betreffenden, Bestimmungen einer Verkleinerung des Betriebes im Wege stehen. Im Verlauf der Krise 1930—1933 ist jedoch in äußerst weitem Umfang von diesen Mitteln Gebrauch gemacht worden.

Ein erheblicher Nachteil des mittleren Betriebes gegenüber dem Kleinbetrieb besteht darin, daß er wesentlich mehr Kapital beansprucht. Wenn es sich auch später besser rentiert, so muß es doch

zunächst einmal aufgebracht werden, und die Schwierigkeiten der Kapitalbeschaffung sind wohl der Hauptgrund für die schwache Besetzung der oberen Größenklassen. Zur Gründung eines mittleren Betriebes gehört immerhin ein ganz beachtliches Eigenkapital als Grundlage, und wenn daneben die Beschaffung von Fremdkapital gelingen soll, müssen eine ganze Reihe weiterer Voraussetzungen erfüllt sein. Der Inhaber muß neben dem technischen Fachwissen ausreichende kaufmännische Kenntnisse haben, um einen solchen Betrieb leiten zu können. Außerdem müssen die Lager und Einrichtungen des Geschäfts und die allgemeinen Absatzverhältnisse einen einigermaßen sicheren Gewinn versprechen. Nicht zuletzt muß der künftige Inhaber in Verbindung stehen mit Banken oder Personen, die zur Bereitstellung des Kapitals in der Lage sind. Es ist nur selten möglich, einen ausgesprochenen Kleinbetrieb im Kraftfahrzeughandel allmählich zu einem Mittel- oder gar Großbetrieb auszubauen, weil der Standort des Kleinbetriebes meistens eine größere Ausdehnung des Geschäfts nicht als aussichtsreich erscheinen läßt. Die Schwierigkeiten bei der Gründung eines größeren Betriebes sind als entscheidend anzusehen für die nur mäßig starke Besetzung der mittleren Betriebsgrößen, die im übrigen den Kleinbetrieben in allen entscheidenden Punkten überlegen sind.

Richtzahlen z. Betriebsstruktur und Kostengestaltung (Betriebe in gemieteten Räumen) Durchschnittszahlen je Betrieb	Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeugbedarf[1] Umsatzgrößenklasse in RM					
	20 000 bis 50 000	50 000 bis 100 000	100 000 bis 500 000	500 000 bis 1 000 000	1 000 000 bis 5 000 000	5 000 000 bis 10 000 000
Vermögen und Kapital am Jahresende. Gewerbl. Rohvermögen (Gesamtkapital) je Betrieb	9 834	17 204	51 015	115 651	266 376	1 553 225
je Kopf d. im Betrieb tätigen Personen	2 341	2 357	3 111	3 855	4 242	6 171
Aktiva in vH des Gesamtkapitals. Anlagen (Einrichtungsgegenstände u. dgl.)	18,2	14,3	8,5	6,7	5,7	2,3
Lagervorräte	30,7	32,9	37,7	41,3	43,9	30,0
Forderungen	29,2	31,2	34,0	32,4	30,2	19,1
Passiva in vH des Gesamtkapitals. Eigenkapital	37,8	38,8	39,7	40,2	41,1	51,2
Dauerschulden	19,9	17,1	15,9	12,0	10,2	5,0
Umsatz: je Betrieb	32 809	74 158	263 960	714 885	1 791 906	7 892 678
je Kopf d. im Betrieb tätigen Personen	7 812	10 159	16 095	23 830	28 534	31 357
in vH des Gesamtkapitals	333,6	431,1	517,4	618,1	672,7	508,1
Von Gesamtumsatz entfallen in vH auf Großhandelsumsatz	27,5	39,2	52,2	57,8	61,3	64,3
Einzelhandelsumsatz	56,6	45,1	32,3	28,2	25,7	26,2

1. Zahlen entstammen der Sonderbeilage „Wi Sta" 19. Jahrg. 1939, Nr. 3, Betriebsstruktur und Kostengestaltung im Kraftfahrzeuggewerbe.

Richtzahlen z.Betriebsstruktur und Kostengestaltung (Betriebe in gemieteten Räumen) Durchschnittszahlen je Betrieb	Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeugbedarf[1] Umsatzgrößenklasse in RM					
	20 000 bis 50 000	50 000 bis 100 000	100 000 bis 500 000	500 000 bis 1 000 000	1 000 000 bis 5 000 000	5 000 000 bis 10 000 000
Steuerpflichtiger Umsatz in vH des Gesamtumsatzes:						
steuerpfl. mit 0,5 vH	32,6	45,9	61,9	70,2	74,0	81,8
„ „ 2,0 vH	65,5	49,9	34,0	26,3	13,1	9,6
„ „ 2,5 vH	—	—	—	—	9,6	5,2
Kosten in vH des Umsatzes:						
Löhne u. Gehälter[2]	8,5	8,1	7,8	6,6	6,4	7,8
Miete f. Betriebsräume	4,2	3,4	2,4	1,5	1,0	0,4
Reineinkünfte aus Gewerbe-Betrieb[3] in vH des Umsatzes	11,0	9,0	6,3	5,0	3,9	2,1
Zahl der im Betrieb tätigen Personen:						
Geschäftsinhaber und ohne Entgelt mithelfende Familienangehörige	1,3	1,8	1,6	1,7	1,4	1,3
Sonstige Angestellte	0,3	0,8	3,5	7,1	17,1	77,7
Lehrlinge	1,8	2,8	5,2	7,8	14,2	17,7
Arbeiter	0,8	1,9	6,1	13,1	28,8	148,0
Insgesamt	4,2	7,3	16,4	30,0	62,8	251,7

γ Großbetriebe.

Großbetriebe sind im Kraftfahrzeughandel, wie oben dargestellt wurde, außerordentlich selten. Der Grund hierfür ist jedoch durchaus nicht darin zu suchen, daß bei ihnen die Ertragsverhältnisse

1. Vgl. S. 80.
2. Einschließlich Provisionen an festangestellte Vertreter.
3. Gewinn einschließlich Entgelt für die persönliche Mitarbeit des Betriebsinhabers und seiner im Betrieb mithelfenden Familienangehörigen sowie einschl. Zinsen für das im Betrieb arbeitende Eigenkapital.

etwa ungünstiger liegen als bei den mittleren und kleineren Betrieben. Die geringe Zahl der Großbetriebe ist vielmehr darauf zurückzuführen, daß sie nur unter besonders günstigen Verhältnissen bestehen können, die nur in wenigen Fällen vorliegen.

Ein Großbetrieb ist auf das Vorhandensein eines großen Kreises von Interessenten, die als künftige Kunden in Frage kommen, angewiesen, und eine solche Zusammenballung der Kundschaft liegt fast nur in größeren Städten vor. Dadurch ist der Errichtung von Großbetrieben aus den Absatzverhältnissen heraus eine mehr oder weniger enge Grenze gesetzt.

Die Rentabilität des investierten Kapitals ist beim Großbetrieb unter normalen Verhältnissen am größten. Die Arbeitsteilung kann in weitestem Umfange durchgeführt werden, und die kontinuierliche Ausnutzung der Werkstatt ist mehr als bei den mittleren und kleinen Betrieben gesichert. Die gute Beschäftigung der Werkstatt ermöglicht ihre Ausrüstung mit den modernsten und vorteilhaftesten Maschinen, Anlagen und Spezialwerkzeugen, deren Anschaffung den Betrieben geringeren Umfanges meistens nicht oder jedenfalls nicht im gleichen Grade möglich ist. Dadurch sind die Kosten des Kundendienstes für den Großbetrieb oft erheblich geringer als für kleinere Betriebe, zum Teil auch außerdem deswegen, weil hier die hochqualifizierten und teuren Kräfte nicht auch zu einfacheren Arbeiten herangezogen zu werden brauchen.

Die äußeren Formen der Geschäftsausstattung und der Kundenbehandlung sind beim Großbetrieb am gepflegtesten, wodurch der Großbetrieb in der Kundengewinnung ein weiteres Übergewicht gegenüber kleineren Betrieben bekommt. Hinzu kommt noch, daß er ein viel vollständigeres und umfangreicheres Lager unterhalten kann und daneben meistens über gute Verbindungen mit Finanzierungsinstituten verfügt, die die Kreditgewährung beim Abzahlungsgeschäft übernehmen, so daß die Bedienung des Kunden für diesen zahlreiche Vorzüge aufweist. Die Existenzmöglichkeiten für kleinere Betriebe, die das gleiche Fabrikat vertreten, sind daher in der Nähe eines Großbetriebes stark eingeschränkt. Obgleich die Elastizität vieler Kosten beim Großbetrieb größer ist als beim mittleren, ist bei ihm dennoch die Widerstandsfähigkeit gegen Umsatzschwankungen größeren Ausmaßes im allgemeinen geringer. Bei Großbetrieben spielt die Werkstatt in der Regel eine verhältnismäßig geringere Rolle; bisweilen verfügen sie auch gar nicht über eine eigene Werkstatt,

sondern stehen lediglich in einem festen Vertragsverhältnis mit einer selbständigen Reparaturwerkstatt, meistens der Fabrikwerkstatt. Sinkt dann der Umsatz bei schlechter Geschäftslage, so hat der Großbetrieb nicht die gleiche Möglichkeit wie die mittleren und kleineren Betriebe, den Geschäftsbetrieb durch die Verlagerung des Schwergewichts auf das Reparaturgeschäft einigermaßen aufrecht zu erhalten.

Bei einem Vergleich der einzelnen Betriebsgrößen miteinander ergibt sich demnach, daß der Großbetrieb zwar unter den günstigsten Verhältnissen von Kosten und Ertrag arbeitet, daß seine Anwendbarkeit aber ziemlich beschränkt ist. Im Kraftfahrzeughandel besteht keineswegs eine Tendenz zur immer stärkeren Besetzung der oberen Betriebsgrößen; in weitem Umfang kann der Absatz der Kraftfahrzeuge nur von mittleren und kleineren Betrieben vorgenommen werden, weil die Existenzbedingungen für Großbetriebe nur in wenigen Fällen gegeben sind. Den mittleren und kleineren Betrieben wird im Kraftfahrzeughandel immer ein weites Tätigkeitsfeld bleiben.[1] Es ist jedoch anzunehmen, daß die außerordentlich starke Besetzung der untersten Betriebsgrößen zugunsten der mittleren etwas abnehmen wird. Eine solche Verschiebung wäre auch im Interesse der Kraftfahrzeugkäufer durchaus zu begrüßen, denn die Klein- und vor allem die Zwergbetriebe können einfach nicht mit den Mitteln ausgerüstet sein, die zu einer in jeder Beziehung einwandfreien Bedienung des Kunden erforderlich sind. Die Auslesevorschriften der Marktordnung und besondere Verordnungen über die Zulassung von Betrieben im Kraftfahrzeughandel geben die Möglichkeit, die Entwicklung in dieser Hinsicht zu lenken, und es ist anzunehmen, daß hiervon auch weiterhin in größerem Umfange Gebrauch gemacht werden wird.

3. Das Kapitel im Kraftfahrzeughandel.

a) Der Kraftfahrzeughandel nach seiner Kapitalstruktur als mittelständiges Gewerbe.

In bezug auf seine Kapitalausstattung ist der Kraftfahrzeughandel ein durchaus mittelständiges Gewerbe. „Als Mindestkapital

1. Allerdings nur unter der Voraussetzung, daß sich in Zukunft nicht umwälzende wirtschaftliche Veränderungen ergeben.

rechnet man für einen Betrieb ohne Reparaturwerkstatt 10 000,— Reichsmark, für einen solchen mit Reparaturwerkstatt 20 000,— bis 25 000,— RM. Tatsächlich ist der Betrieb mit 20 000,— bis 40 000,— RM Kapital der am häufigsten vorkommende Typ."[1] Kleinbetriebe mit einem Kapital von 3000,— bis 4000,— RM sind, ebenso wie Großbetriebe, eine Seltenheit. „Es gibt nur 12 Betriebe der Kapitalklasse 200 000,— bis 500 000,— RM und nur fünf mit mehr als einer halben Million Kapital."[1]

Im Verhältnis zum Umsatz ist der Kapitalbedarf im Kraftfahrzeughandel gering. Das Durchschnittskapital der Betriebe betrug 1935 bei einem Umsatz von[2]

100 000,—	bis	500 000,—	RM	46 052,— RM,
500 000,—	bis	1 000 000,—	RM	108 954,— RM,
1 000 000,—	bis	5 000 000,—	RM	233 786,— RM.

Die Umschlagshäufigkeit des Kapitals zeigte bei den verschiedenen Umsatzwerten folgende Größen[3]:

Umsatz (in RM)	Umschlagshäufigkeit des Kapitals
5 000— 20 000	2,64
20 000— 50 000	3,00
50 000— 100 000	3,90
100 000— 500 000	5,30
500 000—1 000 000	6,70
1 000 000—5 000 000	6,70

Die wesentlich höhere Umschlagshäufigkeit bei den Betrieben mit großem Umsatz sind auf die noch zu erörternde verschiedene Kapitalverwendung in Betrieben verschiedener Größe zurückzuführen. Die Bedeutung der drei wichtigsten Aktivposten, in denen das Kapital in der Hauptsache investiert ist, nämlich Forderungen, Lager und Anlagen, verschiebt sich mit wachsender Betriebsgröße. Bei Kleinbetrieben beanspruchen die Anlagen, vor allem die Reparaturwerk-

1. vgl. Hassinger S. 30 ff.
2. Sonderbeilage zu Wi Sta., 18. Jhg. 1938 Nr. 3 u. 1939 Nr. 3.
3. Hassinger, a. a. O., S. 31, sowie Wi Sta., 19. Jhg. 1939 Nr. 3.

statt, einen verhältnismäßig größeren Kapitalanteil, während bei den Großbetrieben die Absatzfinanzierung, und vor allem das Lager mehr ins Gewicht fällt. Die verschiedene Kapitalbeanspruchung durch die drei Aktivposten zeigt die folgende Aufstellung, die außerdem Angaben über die Herkunft des Kapitals enthält[1]:

Die Kapitalstruktur
von 400 Betrieben des Kraftfahrzeughandels 1937.

Umsatzklassen in RM	Anlagen	Lager	Forderungen	Eigenkapital	Lieferkredite	Dauerschuld.
	in % der Aktiva			in % der Passiva		
20 000— 50 000	18,2	30,7	29,2	37,8	24,4	19,9
50 000— 100 000	14,3	32,9	31,2	38,8	27,2	17,1
100 000— 500 000	8,5	37,7	34,0	39,7	26,5	15,9
500 000— 1 000 000	6,7	41,3	32,4	40,2	28,2	12,0
1 000 000— 5 000 000	5,7	43,9	30,2	41,1	29,6	10,2
5 000 000—10 000 000	2,3	30,0	19,1	51,2	13,2	5,0

Der geringe Anteil der Forderungen bei der größten Umsatzklasse ist darauf zurückzuführen, daß deren Absatzfinanzierung zum großen Teil von angegliederten aber rechtlich selbständigen Finanzierungsinstituten vorgenommen wird, weshalb die Kaufpreisstundungen in diesem Fall nicht als Forderungen des Handelsbetriebes erscheinen.

Das Anlagekapital ist im Verhältnis zum Betriebskapital (Lager und Forderungen) sehr gering. Der Anteil des Fremdkapitals entspricht in fast allen Umsatzklassen annähernd den Anteilen von Lager und Forderungen und seine Sicherung durch eine entsprechende Deckung scheint bei Anwendung der üblichen Betrachtungsweise durchaus gewährleistet zu sein. Ob dies wirklich der Fall ist und inwieweit beim Kraftfahrzeughandel andere Anforderungen an die Kapitalausstattung zu stellen sind, soll in den folgenden Abschnitten im einzelnen untersucht werden.

1. Aus Wi Sta., 1939 Nr. 3, zit. bei J. Hassinger, a. a. O., S. 33.

b) Der Kapitalbedarf im Kraftfahrzeughandel.

α Die Anlagen.

Den Hauptposten der Anlagen stellt die Reparaturwerkstatt zusammen mit dem Ersatzteillager dar. Um den Ansprüchen zu genügen, bedarf die Werkstatt einer bestimmten Mindestausstattung, die unabhängig ist von der Größe des Betriebes. Aus technischen Gründen müssen daher Kleinbetriebe fast den gleichen Kapitalbetrag in Reparaturwerkstätten investieren wie mittlere Betriebe, so daß anteilmäßig der Kapitalbedarf der Werkstatt bei zunehmender Betriebsgröße sinkt. Beim Kleinbetrieb ist die Ausnutzung, der im Verhältnis zum Umsatz, sehr großen Werkstatt naturgemäß sehr gering, und in dieser Beziehung ist der Kleinbetrieb, wie schon erwähnt wurde, dem größeren Betrieb unbedingt unterlegen. Daneben fällt jedoch vor allem ins Gewicht, daß einmal durch die Werkstatt Kapital gebunden wird und andererseits die Abschreibungen hierfür fixe Kosten bedeuten, die den Betrieb in diesem wesentlichen Punkt, insbesondere in Zeiten sinkenden Umsatzes, belasten. Die Möglichkeit einer Anpassung an die Absatzverhältnisse, also die Krisenfestigkeit, ist daher, wie bereits oben betont, beim kleineren Betrieb[1] geringer als beim größeren. Es ist bedenklich, daß trotzdem bei der kleinsten Umsatzklasse der Anteil des Fremdkapitals am größten ist; denn deren Sicherung durch den Wert der Anlagen und Forderungen ist nur eine scheinbare. Die Wertschwankungen sind bei Werkstatteinrichtungen viel größer als bei den Aktiven, die sonst im allgemeinen einen erheblichen Teil der Anlagen ausmachen, nämlich den Grundstücken und Gebäuden. Gerade in Zeiten schlechten Geschäftsganges, in denen die Frage einer Sicherung des Fremdkapitals aktuell wird, sind Werkstatteinrichtungen nur unter größten Verlusten zu verkaufen. Andererseits stellen auch die Forderungen nur eine sehr zweifelhafte Sicherung dar, wie noch näher dargestellt werden wird, so daß der Anteil des Fremdkapitals jedenfalls für den Kleinbetrieb mit Rücksicht auf die Eigenart und Bedeutung der Anlagen als zu groß bezeichnet werden muß.

---

1. Vgl. S. 76.

Das verhältnismäßige Sinken der Kapitalbeanspruchung durch die Anlagen in den höheren Umsatzklassen, vor allem in der obersten Gruppe, ist nicht in vollem Umfange auf die bessere Werkstattausnutzung und den infolgedessen im Vergleich zum Umsatz geringeren Umfang der Werkstätten zurückzuführen. Hier macht sich vielmehr daneben die Tatsache bemerkbar, daß einerseits die Großbetriebe ihren Sitz in größeren Städten haben und andererseits in diesen das Fehlen einer eigenen Werkstatt häufiger ist als in kleineren Orten; die Häufigkeit einer Werkstattangliederung daher mit zunehmender Betriebsgröße abnimmt. Welcher dieser beiden Faktoren mehr zum Sinken des Anteils der Anlagen bei den Großbetrieben beiträgt, ist schwer zu beurteilen.

β Das Lager.

Der Anteil des Lagers steigt, abgesehen von der obersten Umsatzklasse, mit zunehmender Betriebsgröße. Die oben angeführten Angaben geben die Verhältnisse 1937 an, und während im übrigen auch gegenwärtig noch mit einer ähnlichen Verteilung des investierten Kapitals zu rechnen ist, wird die Bedeutung des Lagers vermutlich in den letzten Jahren eine Veränderung erfahren haben. Der Umfang des jeweiligen Lagers ist außerordentlich abhängig von der Absatzlage; während die Lagerhaltung in Depressionszeiten zunimmt, sinkt sie in Zeiten guten Geschäftsganges, in denen die Kraftfahrzeugproduktion nicht mit dem Wachsen der Nachfrage Schritt halten kann. Diese Schwankungen werden noch dadurch verstärkt, daß zum Lager an neuen Fahrzeugen das Altwagenlager hinzutritt. Bei günstigen Absatzverhältnissen war regelmäßig auch das Altwagengeschäft lebhaft, und ein großer Teil der Käufer neuer Wagen verkaufte sein altes Fahrzeug unmittelbar an den künftigen Besitzer oder an einen Spezialaltwagenhändler, um auf diese Weise einen möglichst hohen Preis zu erzielen. War dagegen die Geschäftslage schlecht und stieß infolgedessen auch der Altwagenabsatz auf Schwierigkeiten, so zog der Käufer im allgemeinen die Inzahlungnahme seines Altwagens beim Kauf eines neuen Fahrzeugs vor, um auf diese Weise der Sorge um den Verkauf seines gebrauchten Wagens enthoben zu sein. In Zeiten schlechter Absatzverhältnisse wurde daher in zunehmendem Maße Kapital im Alt-

wagenlager festgelegt; es brachte hier, wenigstens im Augenblick, keinerlei Ertrag und war außerdem nur unter großen Verlusten zu realisieren.

Das Altwagenlager spielt bei den kleinen Betrieben eine geringere Rolle als bei den großen, weil den Kleinbetrieben einfach das erforderliche Kapital fehlt, um sich in größerem Umfange auf die Inzahlungnahme von Altwagen einlassen zu können. Dieses Problem tritt vor allem bei den mittleren Betrieben auf, und diese in der Durchhaltung des Lagers begründeten Kapitalschwierigkeiten haben einen großen Teil der Zusammenbrüche im Kraftfahrzeughandel im Laufe der verschiedenen Absatzkrisen zur Folge gehabt. Es zeigte sich, daß in zahlreichen Fällen das verfügbare Eigenkapital nicht ausreichte, um die Zeiten der Depression überbrücken zu können. Von besonderer Bedeutung war dabei, daß nur ein Bruchteil des im Kraftfahrzeughandel arbeitenden Fremdkapitals als Dauerkredit gegeben ist; eine große Rolle spielen die laufenden Schulden und die Lieferkredite. Diese Kreditquellen versiegten aber zum größten Teil in Zeiten schlechter Absatzverhältnisse. Beim Vorhandensein eines größeren Eigenkapitalpostens wären die Gefahren eines vorübergehenden Absatzrückganges für den Kraftfahrzeughandel zweifellos erheblich geringer gewesen. Seit der Regelung des Gebrauchtwagenmarktes durch die Marktordnung und verschiedene spätere Erlasse (vgl. hierzu: „Das Altwagengeschäft", S. 116 ff. dieser Arbeit) und durch die günstigen Absatzverhältnisse in den letzten Jahren hat das Altwagenlager im allgemeinen an Umfang verloren, und das Problem der Kapitalbindung durch das Lager ist nur in Ausnahmefällen dringend geworden. Auch im Neuwagenlager hatten viele Händler in den letzten Jahren nur Vorführwagen und Schaustücke am Lager, da die Industrie dem schnellen Absatz nicht folgen konnte, die Produktion nachhinkte und lange Lieferfristen die Folge waren; dadurch erübrigte sich für den Händler eine größere Lagerhaltung. Das Problem der Kapitalbindung ist jedoch gegenwärtig infolge des Krieges wieder zu neuem Leben erwacht, denn an eine Realisierung der Altwagenlager ist vorläufig, solange die Brennstoffsperre für private Fahrten besteht, nicht zu denken; auch der Neuwagenmarkt ist dadurch lahmgelegt. Auf welche Weise dem Kraftfahrzeughandel die Überwindung dieser Schwierigkeiten ermöglicht werden soll, und ob

und in welcher Weise er hierbei eine öffentliche Unterstützung erfahren wird, ist noch ungewiß.

γ Die Forderungen.

Die Forderungen sind im wesentlichen der bilanzmäßige Niederschlag der von den Handelsbetrieben vorgenommenen eigenen Absatzfinanzierungen. Sie haben naturgemäß ein verschiedenes Gewicht bei den einzelnen Betriebsgrößen. Kleinbetriebe sind zu Kreditverkäufen in verhältnismäßig geringerem Umfang als größere Betriebe in der Lage, weil bei ihnen der Anteil des umlaufenden Kapitals, aus dem die Kredite bei Abzahlungsgeschäften gespeist werden, im Verhältnis zum fest investierten Kapital zu klein ist. Außerdem halten sich die kleineren Betriebe von Kreditgeschäften im allgemeinen etwas mehr zurück, weil sie nicht das Kreditrisiko durch die größere Zahl derartiger Geschäfte etwas ausgleichen und dadurch verringern können.

Auch die Höhe der Forderungen schwankt mit der allgemeinen Wirtschaftslage; aber eigentümlicherweise sind die Schwankungen geringer, als man auf Grund theoretischer Erwägungen erwarten sollte. In der Krise 1930—33 ist der Anteil der Forderungen nur wenig gestiegen, und dies ist auch leicht erklärlich, wenn man die Voraussetzungen für das Zustandekommen eines Kraftfahrzeugkaufs auf Abzahlung berücksichtigt. Eine wesentliche Vorbedingung ist die Überzeugung des Käufers, daß ihm seine künftigen Einkommensverhältnisse die Abzahlung des eingeräumten Kredits ermöglichen, und diese Voraussetzung fehlt in Zeiten längerer Depression.

Die Forderungen geben kein vollständiges Bild von den Kreditgeschäften, deren Risiko der Händler zu tragen hat, denn sie enthalten nur seine Ansprüche aus denjenigen Abzahlungsgeschäften, die er aus eigenen Mitteln finanziert hat. Bei der Fremdfinanzierung (näheres hierüber im Abschnitt „Die Finanzierung des Automobilabsatzes“ dieser Arbeit S. 104 ff.) wird er ebenfalls durch sein Giro mit verhaftet. Die Höhe dieses Risikos ist aus der Bilanz nicht zu ersehen.

Wie schon erwähnt wurde, ist das auffallende Sinken des Anteils der Forderungen bei der obersten Umsatzklasse nicht auf eine Abnahme der Finanzierungsgeschäfte, sondern auf die Heran-

ziehung eigener Finanzierungsinstitute der betreffenden Handelsbetriebe zurückzuführen. Das Ansteigen der Forderungen bei den mittleren Betrieben ist einerseits darauf zurückzuführen, daß hier das Altwagengeschäft, in dem regelmäßig die Eigenfinanzierung gegenüber der Fremdfinanzierung überwiegt, einen größeren Raum einnimmt als bei den Kleinbetrieben; andererseits ist die Heranziehung von Fremdkapital zur Finanzierung des Altwagengeschäfts für die mittleren Betriebe schwieriger als für die großen, so daß bei ihnen die eigenen Forderungen aus dem Altwagenkreditgeschäft im Verhältnis zum Umsatz am größten sind.

In den letzten Jahren, die infolge der sehr weitgehenden Preis- und Produktions-Kontrolle zu einer Warenverknappung auf dem Verbrauchsgütermarkt und damit zu einer ungewöhnlichen Flüssigkeit der Einkommen geführt haben, haben auch im Kraftfahrzeughandel zu einer Abnahme der Kreditverkäufe geführt. Infolgedessen ist auch der Umfang der Forderungen zurückgegangen. Zahlenmäßige Angaben liegen hierüber jedoch zur Zeit noch nicht vor, jedoch ist durch Erfahrungen aus der Praxis ein Rückgang von 25 bis 30 % anzunehmen.

4. Die Kosten des Kraftfahrzeughandels.

a) Die Zusammensetzung der Kosten.

Die Kostenstruktur eines Betriebes ist von entscheidender Bedeutung für seine Krisenfestigkeit; je starrer die Kosten sind, desto geringer ist seine Widerstandsfähigkeit gegen Umsatzschwankungen.

Das Kostengefüge eines Betriebes hängt von seinen Funktionen ab. Da der Kraftfahrzeughandel nur einen Teil der sonst üblichen Handelsfunktionen ausübt, sind seine Kosten, gemessen am Umsatz in den letzten 3 bis 4 Jahren, erheblich geringer, als im übrigen Einzelhandel. Während sie dort in der Regel 20 bis 30% des Umsatzes betragen, bewegen sie sich im Kraftfahrzeughandel um 10 bis 12%. Im Verhältnis zur Handelsspanne sind sie jedoch recht hoch, so daß nur ein durchschnittlicher Nettoverdienst von 1 bis 2½ % dem Händler verbleibt.[1]

1. Vor Eintritt der steuerlichen Mehrbelastung des Kraftfahrzeughandels 1938/39 lag der Nettoverdienst 1—3% höher.

Nach Ermittlungen der Forschungsstelle für den Handel vom Jahre 1928, die aber, wie Nachprüfungen ergeben haben, im wesentlichen auch für die letzten Jahre wieder als typisch anzusehen sind, setzen sich die Kosten folgendermaßen zusammen:[1]

Die Zusammensetzung der Kosten im Kraftfahrzeughandel, Kostenarten in % der Gesamtkosten.

Löhne und Gehälter	33,3
Provisionen	5,6
Miete und Mietwert eigener Räume	7,5
Frachten, Porti, Transportspesen, die nicht rückvergütet werden	5,5
Licht, Kraft, Heizung	2,2
Steuern und Versicherung	6,4
Zinsen für Fremdkapital	7,6
Verluste an schlechten Zahlern	2,0
Unkosten aus Garantieverpflichtungen, die nicht rückvergütet werden	3,5
Reklame jeder Art	2,8
Vorführwagen	8,5
Sonstige Kosten	15,1
	100,0

In den letzten Jahren wird sich die Kostenzusammensetzung vermutlich im wesentlichen nur in bezug auf die Zinsen für das Fremdkapital, die Kredit- und Transportkosten verändert haben; der Anteil wird sich bei allen drei Kostenarten verringert haben.

Das Kostengefüge ist erheblich starrer, als es zunächst den Anschein hat. Neben den eigentlichen fixen Kosten (Miete, Zinsen, Licht, Kraft, Heizung u. dergl.) kann auch ein großer Teil der übrigen Kosten nur in sehr geringem Umfang bei sinkendem Umsatz abgebaut werden. Insbesondere gilt dies für alle zum Zwecke der Kundenwerbung gemachten Aufwendungen, wie die für Löhne und Gehälter, für Vorführwagen und Reklame aller Art. Bei ungünstigen Absatzverhältnissen können diese Kosten keineswegs verringert werden, denn um überhaupt noch einen gewissen Umsatz zu erzielen, ist eine besonders intensive Bearbeitung der Kundschaft erforderlich. „Umsatzstille Zeiten bringen also kein Weniger an

1. vgl. Hassinger S. 35.

Arbeit und Kosten, sondern nur ein Sinken der Erfolgsquote bei der Kundenbearbeitung."[1] Im Gegenteil können einzelne sogar progressiv steigen wie z. B. für Reklame, Vorführungswagen, Telefon usw.

Die Starrheit der Kosten hängt weiterhin von der Betriebsgröße ab. Betriebe, die nahe an der Mindestgröße liegen, haben ganz abgesehen von der Zusammensetzung der Kosten ein sehr unelastisches Kostengefüge, weil der Betrieb ohnehin schon mit den kleinsten einsetzbaren Kosteneinheiten arbeitet. Ein Betrieb im Kraftfahrzeughandel, in dem beispielsweise der Inhaber mit einer Stenotypistin, einem Schlosser und einem Lehrling arbeitet, kann praktisch nicht mehr verkleinert werden. Bei ihm liegen nahezu alle Kosten fest, ganz gleich, welche Höhe der Umsatz erreicht.

An dieser Untergrenze liegt die Mehrzahl der Betriebe im Kraftfahrzeughandel. Der durchschnittliche Jahresumsatz betrug 1937 34,3 Wagen[2] je Betrieb; der durchschnittliche Provinzhändler kommt kaum über einen Umsatz von einem, höchstens zwei Wagen im Monat. Die Kosten solcher Betriebe können auch dann nicht wesentlich verringert werden, wenn in Zeiten schlechten Geschäftsganges der Absatz auf einen Bruchteil seiner normalen Höhe absinkt und vielleicht nur jeden zweiten Monat ein Verkauf zustande kommt.

Die ungewöhnliche Starrheit der Kosten hat zur Folge, daß der Kraftfahrzeughandel gegen Umsatzschwankungen nur wenig widerstandsfähig ist. Während die ziemlich regelmäßigen Saisonschwankungen im Wege des kalkulatorischen Ausgleichs, also durch die Ansammlung von Rücklagen in der lebhafteren und ihren Verzehr in der stillen Geschäftszeit, im allgemeinen ausgeglichen werden können, ist dies dem Kraftfahrzeughandel bei Konjunkturschwankungen nur zu einem sehr geringen Teil gelungen. Hier stellte die Unmöglichkeit, den Schwankungen durch größere Kostensenkungen zu begegnen, die Betriebe vor ein Problem, das nur von wenigen gelöst werden konnte.

---

1. vgl. Hassinger, S. 41.
2. vgl. Hassinger, S. 38.

b) Das Kalkulationsproblem.

Es liegt in der Eigenart des Kraftfahrzeughandels, daß der größte Teil der Kosten durch die Vorbereitungen des Umsatzes entsteht, also im voraus aufgewendet werden muß. Unter normalen Verhältnissen kann der Kraftfahrzeughändler nicht darauf warten, daß der Käufer zu ihm kommt (in den letzten Jahren war die Lage des Kraftfahrzeughändler eine andere, wie im Abschnitt II, 7 dieser Arbeit S. 57 dargestellt worden ist), sondern er muß im allgemeinen den unbekannten Kunden aus dem Kreis der voraussichtlichen Interessenten selbst herauszufinden versuchen. Alle Aufwendungen, die diesem Zwecke dienen, werden in der Hoffnung auf einen künftigen Kaufabschluß gemacht und sind vollkommen vergebens gewesen, wenn der Abschluß nicht zustande kommt.

Infolge dieser Voraufwendungen von Kosten wird der Händler in der Regel versuchen, das Geschäft, für das er schon erhebliche Aufwendungen gemacht hat, selbst unter Preisopfern zu einem Kaufabschluß zu führen. Er geht in diesem Fall zur Teilkostenkalkulation über, indem er die bisherigen Aufwendungen als verloren betrachtet und einen Preis auch dann anzunehmen bereit ist, wenn ihm hierdurch wenigstens ein Teil der aufgewendeten Kosten ersetzt wird.

Die Teilkostenkalkulation, die auch in anderen Wirtschaftszweigen häufig angewandt wird, ist seit dem Inkrafttreten der Marktordnung unter anderem infolge des Verbots einer Unterbietung der Listenpreise im Kraftfahrzeughandel nicht mehr zu finden; das erörterte Problem existiert daher gegenwärtig nicht mehr. Es ist jedoch in der Vergangenheit von geradezu ausschlaggebender Bedeutung gewesen und wird deswegen hier zur Verständlichmachung der früher herrschenden Schwierigkeiten untersucht.

Die Voraussetzungen für die Anwendung der Teilkostenkalkulation sind einmal, daß diese nur vorübergehend vorgenommen wird und daß außerdem ein kalkulatorischer Ausgleich vorhanden ist. Wenn der Erlös eines oder mehrerer Geschäfte nur einen Teil der aufgewendeten Kosten deckt, dann muß zwangsläufig der ungedeckte Rest von anderen Geschäften mit getragen werden. Wo jedoch in der Mehrzahl der Fälle die Verkäufe zu Preisen vorgenommen werden, durch die die gemachten Aufwendungen nicht

voll ersetzt werden, da ist der schließliche Zusammenbruch unvermeidlich.

Besonders gefährlich ist die Teilkostenkalkulation dort, wo ein großer Teil der Kosten starr ist, weil dann die Grenzen für Preisnachlässe, innerhalb deren immer noch ein Teil der ohnehin aufzuwendenden oder bereits aufgebrachten Kosten ersetzt wird, sehr weit sind. Hier ist die Möglichkeit von Preisunterbietungen, die scheinbar noch vorteilhaft oder vertretbar sind, sehr groß, und eine ernsthafte Gefährdung der Rentabilität eines ganzen Wirtschaftszweiges ist die Folge, wenn unter solchen Umständen die Teilkostenkalkulation aus Wettbewerbsgründen zur allgemeinen Übung wird.

Zur Preisschleuderei artet die Anwendung dieses Prinzips aus, wenn es sich um festgesetzte Listenpreise handelt, zu deren Einhaltung sich der Händler verpflichtet hat. Dies war im Kraftfahrzeughandel der Fall, und es entstand hier jene Marktsituation, bei der der freie Wettbewerb versagt und die Funktionsfähigkeit des Marktes nur durch eine Regelung und Überwachung der Preisbildung wiederhergestellt werden kann. Dies geschah für den Kraftfahrzeughandel, wie bereits erwähnt wurde, durch die Marktordnung der Deutschen Automobilwirtschaft, die auch für das Kalkulationsproblem eine endgültige Lösung brachte und so die hieraus entstandenen Unzuträglichkeiten beseitigte.

5. Die Abhängigkeit des Kraftfahrzeughandels von der Industrie.

a) Die Veränderungen, die das Verhältnis im Laufe der Zeit erfahren hat.

Es ist selbstverständlich, daß bei der allmählichen Entstehung eines selbständigen Kraftfahrzeughandels zunächst jede Herstellerfirma bei der Gestaltung und Festlegung ihrer Stellung zu dem von ihr belieferten Händler ihre eigenen Wege ging. Da aber die zu regelnden Tatbestände im großen und ganzen überall die gleichen waren, stellte sich in kurzer Zeit eine mehr oder weniger große Ähnlichkeit zwischen den von den einzelnen Industriefirmen mit ihren Händlern abgeschlossenen Verträgen heraus.

Da bei diesen Vertragsabschlüssen die Industrie der wesentlich stärkere Partner war und die Vertragsbedingungen daher für den Handel in der Regel ziemlich ungünstig waren, versuchten die Händler, durch gemeinsames Vorgehen ihre Stellung zu verbessern. Ihr Ziel war die Schaffung eines einheitlichen Händlervertrages, der nicht einseitig die Industrie bevorzugte, sondern nach Möglichkeit den Wünschen beider Interessengruppen gerecht werden sollte.

Der erste Versuch in dieser Hinsicht wurde 1915 unternommen[1]. Die Bedeutung einer einheitlichen Regelung wurde damals jedoch nicht nur von der Industrie, sondern auch von einem Teil der Händler noch verkannt, und daneben trugen die Meinungsverschiedenheiten über die Existenzberechtigung der Fabrikfilialen dazu bei, daß die Bemühungen ergebnislos blieben.

Das Scheitern dieses Versuches hatte eine weitere Entfremdung zwischen Kraftfahrzeugindustrie und Handel zur Folge, die dazu führte, daß eine von der Industrie im Jahre 1917 abgeschlossene Konvention, die eine einheitliche Rabattgewährung im Lastwagengeschäft vorsah, ohne jede Hinzuziehung des Handels zustande kam.

Bei den 1919 noch einmal unternommenen Versuchen zur Herbeiführung eines einheitlichen Vertretervertrages erschien es unmöglich, in einem solchen Einheitsvertrag den verschiedenen Verhältnissen und Wünschen hinreichend Rechnung zu tragen[2]. Man mußte sich darauf beschränken, gegen besonders bedenkliche Einzelbestimmungen vorzugehen.

In den Nachkriegsjahren trug das Zusammentreffen einer außerordentlich großen Nachfrage nach Kraftfahrzeugen mit einer geringen Produktions- und Liefermöglichkeit der Industrie dazu bei, das Übergewicht der Industrie dem Handel gegenüber weiter zu vergrößern. Das Nichteinhalten der Lieferfristen seitens der Industrie, die Schwierigkeiten, die die fortwährenden Preissteigerungen für die Bemessung der unter anderen Voraussetzungen vereinbarten Kaufpreise bedeutete, und daneben die Versuche der Industrie, die den absoluten Zahlenbeträgen nach immer größer werdenden Rabattsätze zu kürzen, führten während der Inflation zu heftigen

---

1. vgl. RdK, 25 Jahre Verbandsarbeit, 1935, S. 16 ff.
2. vgl. RdK, 25 Jahre Verbandsarbeit, 1935, S. 26 ff.

Kämpfen zwischen Kraftfahrzeughandel und -Industrie. Die in der Folgezeit innerhalb der Kraftfahrzeugindustrie errichteten Kartelle trugen ebenfalls dazu bei, die Lage des Handels der Industrie gegenüber zu verschlechtern. Einerseits trat dadurch die Industrie immer mehr als ein geschlossener und folglich um so stärkerer Block auf, gegen den es für den Handel ganz aussichtslos war, irgendwelchen ernsthaften Druck auszuüben, und außerdem war eine häufige Folge der Kartellbildung die Verschmelzung bisher selbständiger Industriefirmen. Mit jedem Verschwinden einer Herstellerfirma wurde einer ganzen Anzahl von Händlern, die früher dieses Fabrikat vertreten hatten, ihre Existenzgrundlage entzogen. Der Andrang der Händler nach der Erlangung einer Vertretung bei den fortbestehenden Firmen nahm infolgedessen zu und mit ihm das Übergewicht der Industrie über den Handel.

In den Jahren nach der Stabilisierung wurde vom Händlerverband weiter an der Schaffung eines Einheitsvertrages gearbeitet. Der Industrie wurden mehrere Vertragschemata vorgelegt, die jedoch sämtlich abgelehnt wurden. Da entschloß sich der Verband im Jahre 1928 zu einem anderen Vorgehen. Er forderte die Verträge der einzelnen Kraftfahrzeugfabriken an, begutachtete sie und übersandte seine Kritik zusammen mit Abänderungsvorschlägen sowohl den Fabriken als auch deren Händlern. Die daraufhin einsetzenden Einzelverhandlungen zwischen den Händlern und ihren Vertragsfirmen sind im allgemeinen erfolgreich gewesen. Die Industrie lehnte zunächst noch eine einheitliche Regelung der Vertragsverhältnisse ab, weil sie glaubte, einen Vorteil davon zu haben, wenn die vertraglichen Bedingungen in der schärfsten Form gehalten wurden, obgleich ihre tatsächliche Einhaltung dadurch in der Mehrzahl der Fälle unmöglich wurde. Man hielt es für zweckmäßiger, in der Regel den wirklichen Verhältnissen Rechnung zu tragen und die Anwendung der Vertragsbestimmungen zu vermeiden, als sich die Möglichkeit ihrer wenigstens gelegentlichen Anwendung durch eine Neuordnung der Vertragsverhältnisse selbst zu nehmen. Der Handel war jedoch unter diesen Umständen völlig dem Wohlwollen der Industrie ausgeliefert. Es liegt auf der Hand, daß er sich mit diesen Verhältnissen nicht zufrieden geben konnte und sich auch durch wiederholte Mißerfolge nicht von seinen Bemühungen um wirklich

erfüllbare Verträge abhalten ließ, deren wirklicher Inhalt nicht von der Loyalität der einzelnen Fabrik abhängig war.[1]

Wenn es auch vorläufig nicht gelang, eine einheitliche Stellungnahme zu den Vorschlägen zu erzielen, so konnte doch der Handel seine Stellung im Laufe der Jahre allmählich verbessern. Insbesondere war die im allgemeinen vorgenommene Änderung der Vereinbarungen über die Rücknahme des Ersatzteillagers bei Umstellungen des Produktionsprogramms und bei Beendigung des Händlervertrages ein Erfolg der unentwegten Bemühungen. Hierdurch wurde dem Händler wenigstens ein Teil des mit dem Ersatzteillager verbundenen Risikos, das ihm die Industrie aufgebürdet hatte, abgenommen. Ein weiteres Ergebnis war eine Verlängerung der Kündigungsfrist, die es dem Händler ermöglicht, sich im Falle einer Kündigung des Vertragsverhältnisses seitens der Industriefirma noch vor Ablauf des alten Vertrages nach einer neuen Vertretung umzutun.

Eine wenigstens teilweise Vereinheitlichung fanden die Händlerverträge durch die am 1. Januar 1934 in Kraft getretene Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft. Vor allem wurden hierin Richtlinien für die Bemessung der Händlerrabatte aufgestellt. Eine vollständige Regelung der Vertragsverhältnisse wurde jedoch nicht vorgenommen; eine ganze Reihe von Schwierigkeiten blieben bestehen und harren noch heute ihrer Beseitigung.

b) Das gegenwärtige Verhältnis zwischen Kraftfahrzeughandel und Industrie.

Man unterscheidet im Kraftfahrzeughandel Generalvertreter, Vertreter und Untervertreter. Nur die ersten beiden, die als „Direktvertreter" bezeichnet werden, stehen in einem unmittelbaren vertraglichen Verhältnis zur Industrie. Die Untervertreter schließen daher mit einem Generalvertreter, der in dieser Beziehung die Stellung eines Großhändlers hat, einen Lieferungs- und Kaufvertrag. Der Generalvertreter untersteht unmittelbar der Industriefirma, ohne jedoch die Berechtigung zu haben, seinerseits Untervertreter, die auch Unterhändler genannt werden, ohne weiteres zu bestellen.

1. vgl. RdK, a. a. O. S. 73 ff.

Wenn auch die Bemühungen der Händler um einen einheitlichen Vertretervertrag bis heute noch keinen Erfolg gehabt haben, so stimmen doch sämtliche Händlerverträge in der Hinsicht überein, daß in ihnen Rechte und Pflichten äußerst einseitig verteilt sind; es ist fast so, daß man auch heute noch sagen kann, daß alle Rechte der Industrie, und alle Pflichten den Händlern zufallen.

Früher bestand die schwerste Belastung der Händler in der Verpflichtung zur Abnahme und Bezahlung einer vorher festgesetzten Anzahl von Fahrzeugen. Beim Eintritt ungünstiger Absatzverhältnisse ist der Händler oft einfach nicht in der Lage gewesen, diese Verpflichtung zu erfüllen, denn auch die intensivste und geschickteste Kundenwerbung muß erfolglos bleiben, wenn den Interessenten die finanziellen Voraussetzungen zum Kauf eines Kraftfahrzeugs fehlen. Im Verlauf der großen Krise 1930—1932 war die Industrie in fast allen, wenn nicht überhaupt in allen Fällen genötigt, auf die Einhaltung dieser Verpflichtung zu verzichten, da sämtliche Händler außerstande waren, sie zu erfüllen.

In den letzten Jahren vor Beginn des gegenwärtigen Krieges war diese Frage kein Problem; denn einerseits war die Industrie meistens gar nicht in der Lage, die als Höchstgrenze bestimmte Anzahl von Fahrzeugen zu liefern, und andererseits hätten die Händler regelmäßig eine erheblich größere Anzahl absetzen können, wenn sie ihnen nur geliefert worden wäre. Gegenwärtig ist sie deshalb kein Problem, weil ihre Erfüllung infolge der vom Staat vorgenommenen außerordentlichen Beschränkungen der privaten Benutzung von Fahrzeugen für alle Händler ganz unmöglich ist, abgesehen davon, daß auch die Industrie nicht zu Lieferungen in der Lage ist. Obgleich die Frage infolgedessen zurzeit nicht aktuell ist, ist sie damit nicht gelöst, und es bleibt der Zukunft vorbehalten, hier eine Regelung zu finden, die den tatsächlichen Verhältnissen Rechnung trägt. Eine Möglichkeit wäre es z. B., sofern man nicht überhaupt auf eine derartige Bindung der Händler verzichten will, daß die Anzahl der abzunehmenden Fahrzeuge in ein bestimmtes Verhältnis zu einem Index gesetzt wird, der die allgemeinen Absatzverhältnisse ungefähr charakterisiert, und mit dessen Veränderungen schwankt. Es ist aber wohl anzunehmen, daß eine solche Lösung von den beteiligten Wirtschaftspraktikern, die erfahrungsgemäß bei uns fast

immer eine Abneigung gegen jede Art von Statistik haben, nahezu einmütig abgelehnt werden würde.

Ein weiteres Kennzeichen der Händlerverträge ist ihre Kurzfristigkeit. Obgleich der Händler genötigt ist, sich mit seiner ganzen Existenz der Industriefirma zu verschreiben[1], werden die Verträge regelmäßig nur für die Dauer eines Jahres abgeschlossen. Nach Ablauf dieser Zeit steht es dem Fabrikanten vollkommen frei, ob er einen neuen Vertrag mit dem Händler abschließt oder nicht; diesem ist es infolgedessen unmöglich gemacht, seine Dispositionen für eine längere Zeit zu treffen. In Anbetracht der Tatsache, daß die Händler in der Regel nicht nur ein Verkaufsgeschäft, sondern außerdem eine vollständige Spezial-Reparaturwerkstatt für die betreffende Marke einzurichten und zu unterhalten genötigt sind, muß dieser Zustand als bedenklich bezeichnet werden und als ungeeignet, die Rationalisierung im Kraftfahrzeughandel in dem technisch durchführbaren Ausmaß vorzunehmen. Tragbar wird diese Kurzfristigkeit der Händlerverträge nur dadurch, daß in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle von der Möglichkeit einer Auflösung des Vertragsverhältnisses kein Gebrauch gemacht wird. Dies ändert jedoch nichts daran, daß die geringe Vertragsdauer eine große Unsicherheit für die Händler bedeutet, und deren Bemühungen sind infolgedessen von jeher auf die Herbeiführung einer vertraglichen Bindung von längerer Dauer gerichtet gewesen; bisher waren jedoch nur vereinzelte Erfolge zu verzeichnen.

Die einzige Verpflichtung, die die Industriefirma dem Händler gegenüber übernimmt, ist die zur Gewährung der im Vertrag vereinbarten Rabatte bei der Belieferung von Fahrzeugen, deren Umfang jedoch unterhalb der festgesetzten Höchstanzahl völlig im Belieben der Lieferfirma steht. Trotz fester Rabattsätze ist der Händler daher in Zeiten des Aufschwungs nicht in der Lage, sich im voraus eine auch nur annähernde Vorstellung von seinen vermutlichen Einnahmen zu machen, da es durchaus ungewiß ist, welche Anzahl von Fahrzeugen die Industriefirma wirklich liefern wird.

Die bewilligten Rabatte zeichnen sich dadurch aus, daß sie im Verhältnis zu anderen Branchen außerordentlich niedrig sind. Sie

1. vgl. hierzu den Vortrag v. Fachgruppenleiter W. H. Gremm auf der Kundgebung in Hamburg 1939, abgdr. i. „Kraftfahrzeugc 1939 Nr. 25 S. 674 ff. S. 678.

sind auch bei einzelnen Vertretern des gleichen Fabrikates verschieden und richten sich nach den Funktionen, die der betreffende Händler ausübt und nach den Absatz- und Konkurrenzverhältnissen seines Verkaufsbezirkes. Bei einem bekannten Kleinwagen ist der Rabatt so niedrig, daß für den Händler ein Reingewinn von nicht einmal 1 % des Verkaufspreises übrig bleibt.[1] Eine im Jahre 1935 durchgeführte Enquête hat ergeben, daß der Reingewinn bei den verschiedenen Betriebsgrößen und den einzelnen Fabrikaten zwischen 0,15 und 2,5 % des Umsatzes liegt. Trotz dieser geringen Höhe zeigten die Rabattspannen in den letzten Jahren eine sinkende Tendenz, da die Industrie in vielen Fällen versucht hat, eine Auswirkung der mit der Verwendung neuer Werkstoffe bisweilen verbunden gewesenen Produktionsverteuerung auf die Verbraucherpreise dadurch zu vermeiden, daß sie die Händlerrabatte kürzte. Wenn auch diese Kürzungen infolge der guten Absatzlage im großen und ganzen vom Handel getragen werden konnten, so ist es doch nicht zu übersehen, daß ausreichende Rabattsätze die Vorbedingung sind für die Sicherung der Leistungsfähigkeit des Kraftfahrzeughandels, und daß die bewilligten Rabatte dann nicht mehr ausreichen, wenn einmal der Umsatz in großem Umfange sinkt, sei es aus Gründen der Absatz- oder der Lieferungsverhältnisse.

Im Vertretervertrag verpflichtet sich der Händler weiterhin, ohne die Genehmigung der Industriefirma keine anderen Fabrikate zu führen — sofern er nicht seinen Sitz in einer Gemeinde von weniger als 5000 Einwohnern hat —, geeignete Geschäftsräume, eine mit Spezialwerkzeugen eingerichtete Reparaturwerkstatt und ein ausreichendes Lager von Original-Ersatzteilen zu unterhalten, eine bestimmte Anzahl von Vorführungs- und von Ausstellungsfahrzeugen bereit zu halten, und, wenn er Generalvertreter ist, den ihm übertragenen Verkaufsbezirk gründlich zu organisieren, Niederlassungen einzurichten, und Untervertreter zu bestellen.

Die Verträge zwischen den Unterhändlern und den Generalvertretern gleichen völlig denen zwischen der Industrie und den Direktvertretern, nur mit dem Unterschied, daß es dem Untervertreter verboten ist, seinerseits Vertreter zu bestellen. Hierbei haben die Generalvertreter die gleiche Machtstellung wie bei den

1. vgl. die Rabattspanne des Kraftfahrzeughandels in öffentlicher Diskussion, in „Kraftfahrzeug" Nr. 26, 1939, S. 693.

Verträgen mit den Direktvertretern die Industrie. Solange die Industriefirmen auf der Anerkennung der gegenwärtig üblichen Verpflichtungen bestehen, kann dies auch gar nicht anders sein; denn da der Generalvertreter für die Dauer seines eigenen Vertragsverhältnisses, in dem Umfang seiner Belieferung und überhaupt in jeder Hinsicht vollkommen von der Industriefirma abhängt, kann er den von ihm bestellten Untervertretern keine besseren Bedingungen einräumen, als die Industrie ihm selbst bewilligt.

Das Vertragsverhältnis zwischen der Industrie und den Vertretern ist das einzige Problem des Kraftfahrzeughandels, das auch heute noch keine befriedigende Lösung gefunden hat. Nur zum Teil sind die Schwierigkeiten auf die Unmöglichkeit zurückzuführen, die Produktions- und Absatzverhältnisse im voraus zu übersehen, die zweifellos eine gewisse Dispositionsfreiheit der Industrie erforderlich macht; teilweise sind sie auch auf das mangelnde Zusammengehörigkeitsgefühl und auf die Bemühungen der Industriefirmen zurückzuführen, ihre eigenen Interessen ohne Berücksichtigung der Belange des Handels durchzusetzen. Es bleibt zu hoffen, daß in der sonst so ausgezeichnet organisierten Kraftfahrzeugwirtschaft schließlich auch in bezug auf die Händlerverträge Lösungen gefunden werden, die den Interessen beider Beteiligten gerecht werden und die Voraussetzung dafür schaffen, daß der Kraftfahrzeughandel den höchstmöglichen Grad an Leistungsfähigkeit erreicht.

6. Die Bedeutung der Standardisierung für den Kraftfahrzeughandel.

a) Normung.

Standardisierung bedeutet soviel wie Vereinheitlichung. Je nach dem Grade, bis zu dem sie durchgeführt wird, spricht man entweder von Normung oder von Typisierung; als Normung bezeichnet man die Vereinheitlichung von Einzelteilen, während eine Typisierung dann vorliegt, wenn das gesamte Erzeugnis nach einem einheitlichen Konstruktionsplan hergestellt wird.

Die Normung in der Kraftfahrzeugproduktion bedroht die Existenz des Kraftfahrzeughandels in keiner Weise. Sie bedeutet für

alle Beteiligten eine Verbilligung und bringt auch dem Handel im allgemeinen Vorteile. Sie bedeutet für den Handel einerseits Erleichterungen hinsichtlich des Ersatzteillagers. Da nicht mehr sämtliche Einzelteile, wie dies früher die Regel war, bei allen Typen verschieden sind, wird einmal der erforderliche Umfang des Ersatzteillagers verringert und damit seine Unterhaltung verbilligt. Außerdem werden nicht bei jeder Produktionsänderung die ursprünglich für andere Typen bereitgehaltenen Ersatzteile unverwendbar, so daß das Risiko, das in der Möglichkeit von Produktionsumstellungen liegt, für den Händler geringer geworden ist.

Ein weiterer Vorteil besteht darin, daß infolge der Normung auch die Verwendung von Spezialwerkzeugen und -maschinen bei der Reparatur abnimmt, und daher die Unterhaltung einer Reparaturwerkstatt bei fortschreitender Normung billiger wird. Auch hier sind die erforderlichen Veränderungen des Werkzeug- und Maschinenbestandes bei der Einführung neuer Konstruktionen geringer und daher billiger, wenn die bisher eingehaltenen Normen wenigstens z. T. auch nach der Produktionsumstellung noch eingehalten werden.

Schließlich kommt die Normung dem Kraftfahrzeughandel mittelbar dadurch zugute, daß sie bis zu einem gewissen Grade die Produktionskosten in der Kraftfahrzeugindustrie und damit die Verkaufspreise der Fahrzeuge und vor allen Dingen die Unterhaltungskosten herabsetzt. Dadurch wird die Haltung eines Kraftfahrzeugs weiteren Kreisen zugänglich gemacht und die Absatzmöglichkeiten der Händler vergrößert.

b) Typisierung.

Während die Normung in der Regel auch für den Handel Vorteile mit sich bringt, wirkt sich die Typisierung, d. h. die Vereinheitlichung des gesamten Erzeugungsprogramms in der Kraftfahrzeugindustrie mit dem Ziel einer zahlenmäßigen Verringerung der hergestellten Typen, fast immer handelsfeindlich aus. Die Existenzmöglichkeiten des Kraftfahrzeughandels beruhen auf dem Vorhandensein einer Vielzahl verschiedener Fabrikate, und die ihm von der jeweiligen Vertragsfirma gestellte Aufgabe besteht darin, deren Erzeugnisse den Fahrzeugen anderer Firmen gegenüber auf dem Markt durchzusetzen und unterzubringen. Eine seiner wesentlichen

Tätigkeiten ist daher, die Interessenten von den besonderen Eigenarten und Vorzügen des von ihm vertretenen Fabrikats zu überzeugen.

Je vielgestaltiger das Konstruktionsprogramm der Kraftfahrzeugindustrie ist, desto wichtiger ist die Tätigkeit des Handels. Mit jeder Verringerung der hergestellten Anzahl von Typen verliert der Kraftfahrzeughandel an Bedeutung, und der Händler wird immer mehr zu einem bloßen Verteiler. Durch die Typisierung wird die Vielgestaltigkeit des Angebots, mit dem der Händler den verschiedensten Wünschen trotz der Vertretung eines oder weniger Fabrikate Rechnung tragen kann, verringert, und damit auch sein Kundenkreis beschränkt.

In den letzten Jahren hat die Typisierung in der Automobilindustrie große Fortschritte gemacht. Einer der wichtigsten Aufträge, die dem 1938 eingesetzten Generalbevollmächtigten für das Kraftfahrwesen erteilt worden sind, ist die Verringerung der Typenzahl. Der Generalbevollmächtigte hat seinerseits den Geschäftsführer der DAT beauftragt, die zur Planung und Durchführung der im Zuge der Typenbereinigung notwendig werdenden Rationalisierung des Kraftfahrzeughandels erforderlichen Maßnahmen zu treffen. Damit ist der Tatsache Rechnung getragen worden, daß die Typenbeschränkung den Handel vor schwierige Aufgaben stellt, und die Bemühungen gehen insbesondere dahin, dem selbständigen Handel auch künftig eine Existenzmöglichkeit zu sichern.

Am konsequentesten ist der Grundsatz einer Produktionsverbilligung durch Typisierung beim Volkswagen verwirklicht worden. So sehr diese großzügige Lösung der Motorisierungsfrage auch im allgemeinen Interesse zu begrüßen ist, so stellt sie doch den Kraftfahrzeughandel vor außerordentliche Schwierigkeiten. Soweit die Dinge bis jetzt zu beurteilen sind, ist mit einer Heranziehung des selbständigen Händlers beim Volkswagenabsatz nicht zu rechnen. Er verliert dadurch einen großen Teil seines Tätigkeitsfeldes, und es bleibt abzuwarten, ob es gelingt, durch die Verlagerung des Schwergewichts der Händlerbetriebe auf das Reparaturgeschäft einen ausreichenden Ausgleich zu finden. Eine mit zunehmender Typisierung steigende Verdrängung des selbständigen Kraftfahrzeughandels aus seinem eigentlichen Arbeitsgebiet, dem Kraftfahrzeugabsatz, wird sich nicht vermeiden lassen.

IV. Absatzfragen des deutschen Kraftfahrzeughandels.

1. Die Finanzierung des Automobilabsatzes.

a) Das Wesen der Absatzfinanzierung.

Unter Absatzfinanzierungen versteht man diejenigen Maßnahmen, die darauf gerichtet sind, die zum Kauf einer Ware — hier also eines Kraftfahrzeugs — erforderlichen Geldmittel zu beschaffen, wenn der Käufer von sich aus hierzu nicht in der Lage ist. Das Finanzierungsproblem tritt daher nur dort auf, wo Geschäfte mit zahlungsschwachen Käufern zustande gebracht werden sollen.

In den ersten Jahren des Kraftfahrzeughandels gab es ein solches Problem nicht; denn zunächst war das Automobil ein reiner Luxusgegenstand, für den sich überhaupt nur solche Kreise interessierten, denen die Bezahlung eines derartigen Sportgeräts keine Schwierigkeiten machte. Da in jener Zeit Kraftfahrzeuge im allgemeinen nur auf Bestellung gebaut wurden, bestand das Finanzierungsproblem im Gegenteil darin, dem Produzenten die für die Herstellung des Kraftfahrzeugs benötigten Geldmittel vorzustrecken, was in der Regel durch den Käufer, manchmal aber auch durch den Automobilhändler in Form von Anzahlungen geschah.

Als allmählich das Interesse an Kraftfahrzeugen zunahm, die Massenherstellung für den Markt begann und sich Händler fanden, die den Absatz dieser Fahrzeuge zu einem selbständigen Geschäft machten, tauchte zum erstenmal das Problem der Absatzfinanzierung auf. Zwar fehlte es den eigentlichen Käufern zunächst noch keineswegs an den erforderlichen Geldmitteln zur Bezahlung des Kaufpreises; jedoch mangelte es vielen Händlern — den vorläufigen Käufern — an dem nötigen Kapital, um schon vor erfolgtem Wiederverkauf das ihm vom Hersteller gelieferte Kraftfahrzeug bezahlen zu können. Diesen Kredit gewährte im allgemeinen die in stetem Wachsen begriffene Automobilindustrie.

In dem Maße, in dem das Kraftfahrzeug immer weitere und daher auch immer zahlungsschwächere Kreise eroberte, trat neben

dieses Finanzierungsproblem ein zweites, dessen Ursache in der Bargeldknappheit der eigentlichen Käufer bestand. Hierbei handelt es sich darum, dem Käufer eines Kraftfahrzeuges, der zwar gegenwärtig zu dessen Bezahlung nicht in der Lage ist, in einiger Zeit aber die erforderlichen Geldmittel zu bekommen hofft, den Kaufpreis oder wenigstens einen Teil davon vorzustrecken. Ein solches Finanzierungsgeschäft, das, genau genommen, nicht als Absatz-, sondern als Konsumfinanzierung bezeichnet werden müßte, ist keineswegs von vornherein als bedenklich abzulehnen. Es sind vielmehr zahlreiche Möglichkeiten denkbar, in denen die künftigen Einnahmen gerade erst mit Hilfe des Kraftfahrzeuges erzielt werden, und in all diesen Fällen entspricht eine derartige Kreditgewährung durchaus gesunden kaufmännischen Grundsätzen. Dennoch sind die Gefahren einer solchen Konsumfinanzierung groß, und deren Unterschätzung haben viele Kreditinstitute mit ihrer Existenz bezahlen müssen.

Obgleich es sich bei dem den Händlern gewährten Absatz- und dem den Käufern bewilligten Konsumkredit um sehr verschiedene Dinge handelt, ist es üblich, beide unter dem Begriff „Absatzfinanzierung" zusammenzufassen.[1] Der Grund hierfür liegt darin, daß bisweilen beide Finanzierungsformen zusammenhängen, — z.B. wenn der Händler Kredit aufnimmt, um ihn dem Käufer gewähren zu können —, und daß sie dem gleichen wirtschaftlichen Ziel dienen: nämlich der Steigerung des Kraftfahrzeugabsatzes. An dieser Bezeichnung soll im folgenden festgehalten und beides zusammen als Absatzfinanzierung benannt werden.

b) Die Formen der Absatzfinanzierung.

Das Problem, den Handel mit den nötigen Geldmitteln auszustatten, um ein genügend reichhaltiges Lager, Verkaufsräume und dgl. zu unterhalten, tritt in nahezu allen Handelszweigen auf und ist durchaus keine Besonderheit des Kraftfahrzeughandels. Wie fast überall, so ist auch hier die Ausnahme, daß der Kaufpreis dem Händler bis zum erfolgten Wiederverkauf ganz oder teilweise gestundet wird, und die Regel, daß er zur sofortigen Bezahlung sich

1. vgl. hierzu W. Thuns: Die Automobilabsatzfinanzierung in Deutschland, Königsberg, Diss. 1933, S. 5, und Huhle: Die Finanzierung des Automobilabsatzes, TH Dresden, Diss. 1933.

anderswo Kredite beschafft, und zwar bei Banken oder bei besonderen Finanzierungsgesellschaften. Dagegen ist die Kreditgewährung an den Käufer nur bei wenigen Branchen anzutreffen. Im Kraftfahrzeughandel war sie eine Errungenschaft Amerikas, die nach der Inflation mit den amerikanischen Automobilen nach Deutschland importiert wurde.

Die gebräuchlichste Form der Konsumfinanzierung ist das Abzahlungsgeschäft; und während man in Deutschland noch spöttisch die Achseln zuckte über einen solchen Kauf „auf Stottern" und ihn für ein verächtliches und eines ehrbaren Kaufmannes unwürdiges Geschäft hielt, hatte man in Amerika bereits die absatzsteigernden Wirkungen der Abzahlungsgeschäfte erkannt. Als seit 1924 die infolge der Massenfabrikation ohnehin schon billigeren amerikanischen Wagen den deutschen Markt überschwemmten und den deutschen Fahrzeugen außerdem noch durch die Gewährung von Zahlungserleichterungen überlegen waren, da sah sich auch der deutsche Automobilhandel genötigt, das Abzahlungsgeschäft aufzunehmen. Der Käufer zahlt hierbei einen Teil des Kaufpreises, die Anzahlung, bei Empfang des Fahrzeuges und den in kleinere Teile (Raten) zerlegten Rest später in bestimmten Zeitabschnitten. Das Problem des Abzahlungsgeschäfts besteht darin, einen Kreditgeber zu finden, der den später vom Käufer abzuzahlenden Rest des Kaufpreises für diesen gleichsam auslegt; denn die Herstellerfirmen waren seit jener Zeit darauf angewiesen, ihre Produktionskosten bei Ablieferung des Fahrzeuges sofort ersetzt zu erhalten.

α Eigenfinanzierung.

Nach der Stellung des Kapitalgebers zu den beim Kaufgeschäft beteiligten Personen unterscheidet man zwischen Eigen- und Fremdfinanzierung. Eigenfinanzierung liegt vor, wenn entweder der Hersteller oder der Händler selbst den Kredit aufbringt, mit dem der Zeitraum vom Verkauf des Fahrzeugs bis zum schließlichen Eingang des gesamten Kaufpreises überbrückt wird. Dieses Verfahren hat Ford, der bekanntlich ein prinzipieller Gegner jeglicher Verwendung fremden Kapitals ist, in Amerika und später auch in Deutschland (Kredit-AG. für Fordfahrzeuge, ein zwar rechtlich selbständiges Unternehmen, das aber wirtschaftlich eine Einheit mit der Her-

stellerfirma bildet) mit Erfolg angewandt. Den deutschen Automobilherstellern und -händlern war die Anwendung dieser Finanzierungsmethode nicht möglich. Die Industrie brauchte ihr eignes Kapital zum Ausbau und zur Vervollkommnung ihrer Produktionsanlagen, und die Mehrzahl der ohnehin nicht sehr kapitalkräftigen Automobilhändler war schon kaum in der Lage, das zur Abwicklung des Neu- und Altwagengeschäfts erforderliche Kapital selbst aufzubringen, geschweige denn außerdem noch das Absatzgeschäft zu finanzieren.

β Die Fremdfinanzierung.

Die für Deutschland allein bedeutsame Fremdfinanzierung tritt in zwei Formen auf. Bei der sogenannten indirekten Fremdfinanzierung[1] nimmt der Kraftfahrzeughändler den Kredit auf und erscheint dem Käufer gegenüber als derjenige, der den Abzahlungskredit bewilligt, während bei der direkten Fremdfinanzierung der Kredit dem Käufer selbst eingeräumt wird. Die Fremdfinanzierung stieß in Deutschland zunächst auf einen entschiedenen Widerstand der Banken, der damit begründet wurde, daß es sich beim Auto um einen Luxusgegenstand handele und das Kapital wirtschaftlich wichtigeren Zwecken vorbehalten bleiben müsse. So wurden bis 1926 kaum Wechsel aus dem Automobilgeschäft diskontiert.

Als in der Folgezeit die Banken durch ihre der Automobilindustrie gegebenen Kredite auch am Kraftfahrzeugabsatz Interesse bekamen, fanden sie sich auch zur Finanzierung der Abzahlungsgeschäfte bereit. Gewöhnlich geht diese Form der Absatzfinanzierung in der Weise vor sich, daß dem Verkäufer ein Akzeptkredit bis zu einer bestimmten Höhe eingeräumt wird. Der Händler bezahlt also seinen Lieferanten zum Teil mit der vom Käufer geleisteten Anzahlung und zum Teil mit Wechseln, die er auf die betreffende Bank zieht.

Der Vorteil dieser Finanzierungsform besteht darin, daß der Absatz einheitlich und ohne jedesmaliges Dazwischentreten des Finanzierungsinstituts abgewickelt werden kann. Jedoch begibt sich der Händler dadurch in Abhängigkeit von dem betreffenden Kredit-

1. vgl. hierzu W. Thuns: Die Automobilabsatzfinanzierung in Dt. 1933.

geber. Denn dieser macht es zur Voraussetzung einer solchen Finanzierung, daß er Einblick bekommt in die Betriebsführung und Geschäftslage des Händlers, und von einer solchen Einblicknahme bis zur Einmischung in die Geschäftsführung ist nur ein kleiner Schritt.

Die direkte Fremdfinanzierung, bei der also der Kreditgeber in unmittelbare Beziehung zu dem Käufer tritt, ist in Deutschland hauptsächlich im selbständigen Automobilhandel üblich. Hierbei wird für jeden Abzahlungskauf ein besonderer Kreditantrag bei dem in Frage kommenden Institut eingereicht, und dieses untersucht dann die Kreditwürdigkeit des Käufers. Nach amerikanischem Vorbild haben sich auch in Deutschland bald eine Anzahl solcher Gesellschaften entwickelt, deren Geschäftstätigkeit lediglich in der Finanzierung von Abzahlungsgeschäften lag. Die Beschränkung des Aufgabenkreises auf die Finanzierung des Automobilabsatzes, wie sie z. B. bei der deutschen Automobilbank AG. vorlag, war jedoch eine Seltenheit. Die Gründung der Absatzfinanzierungsinstitute in Deutschland fällt hauptsächlich in die Jahre 1924—1926. Den Vorrang in zeitlicher Beziehung wie auch hinsichtlich ihrer Bedeutung hatten hierbei die Tochtergesellschaften ausländischer Unternehmungen. Die bedeutendsten von ihnen waren die Commercial Investment Trust AG. (Citag), Berlin, die Kemsley Millbourne Acceptance Corp. of Europe, Berlin, die Credit AG. für Ford-Fahrzeuge und die General Motors Acceptance Corp., Berlin. Die beiden letzteren finanzierten jeweils nur die Abzahlungsgeschäfte einer einzigen Automobilfirma und hatten darum auch nur für einen beschränkten Händlerkreis durch ihre Absatzförderung Bedeutung; die Kreditgewährungen dieser Gesellschaften stellten sozusagen ein Mittelding dar zwischen der Eigenfinanzierung und der direkten Fremdfinanzierung. Die ursprünglich in der gleichen Weise spezialisierte Opel-Finanzierungsgesellschaft ging später von diesem Prinzip ab und verwandelte sich in die Allgem. Finanzierungsgesellschaft m. b. H., Rüsselsheim (Main).

Infolge voreiliger Gewinnausschüttungen und mangelnder Prüfung der Zahlungsfähigkeit des Kreditnehmers erfolgten in der Absatzkrise 1926 und 1927 zahlreiche Zusammenbrüche. 1932 existierten nur noch 12 derartige Institute. Sie haben an Zahl und Bedeutung in den folgenden Jahren immer mehr abgenommen.

γ Die genossenschaftliche Finanzierung.

Eine genossenschaftliche Form der Absatzfinanzierung bezweckten die seit 1930 errichteten Autosparkassen, die nach dem gleichen Prinzip arbeiteten wie die bekannten Bausparkassen. Sie beabsichtigten sozusagen eine Eigenfinanzierung der Automobilkäufer. Aus der Natur der Sache heraus konnten sie keine große Bedeutung erlangen. Denn wenn sich eine Anzahl zahlungsschwacher Personen zusammentun, von denen jeder den Wunsch hat, ein Kraftfahrzeug zu erwerben, so reicht die Zusammenfassung ihrer Einlagen zwar zur Bezahlung einiger Automobile. Es liegt aber auf der Hand, daß damit immer nur wenigen geholfen werden kann und die übrigen durch ihren Beitritt zur Autosparkasse um nichts gebessert sind, sondern erheblich später zu einem Kraftfahrzeug kommen, als bei einem der üblichen Abzahlungsgeschäfte. Daher bringen die Autosparkassen für den Kraftfahrzeughandel nicht nur keine Absatzerweiterung, sondern eher eine Absatzminderung.

Im Jahre 1939 ist diese Finanzierungsform jedoch zu neuem Leben erwacht, und zwar bei der Finanzierung des Volkswagenabsatzes. Diese stellt jedoch keine reine Absatzfinanzierung dar, sondern ist zu einem großen Teil — und bis heute sogar ausschließlich — eine Produktionsfinanzierung. Denn mit der Einsammlung von Ersparnissen bei den zukünftigen Volkswagenkäufern wurde schon begonnen, als die Produktionslagen bei weitem nicht fertig waren, und diese Geldmittel wurden zunächst einmal zur Aufrichtung des Produktionsapparates verwendet. Inwieweit diese Finanzierungsmethode später eine wirkliche Absatzfinanzierung darstellt, d. h. ob und in welchem Umfange hierdurch wenigstens einem Teil der Sparer der Erwerb eines Kraftfahrzeugs vor Ansammlung des vollen Kaufpreises ermöglicht werden wird, läßt sich gegenwärtig nicht übersehen, da die Durchführung des beabsichtigten Produktionsprogramms durch den Krieg unmöglich geworden ist. Sicherlich wird der Kraftfahrzeughandel an der Lösung dieser Frage kein sehr großes Interesse haben, da er vermutlich vom Vertrieb der Volkswagen ausgeschlossen wird.

c) Die Sicherung der Absatzfinanzierung.

Wer zur Zahlung eines Kaufpreises Kredit in Anspruch nimmt, sei es indem er auf Abzahlung kauft oder in anderer Weise, hofft darauf, aus künftigen Einnahmen den Kredit einschließlich der Zinsen zurückzahlen zu können. Da aber das Eintreten dieser Möglichkeit nicht mit Sicherheit vorauszusehen ist, enthält jeder Kauf auf Kredit für den Kreditgeber die Gefahr eines finanziellen Verlustes, das sog. Risiko. Dieses ist beim Verkauf von Kraftfahrzeugen noch größer als bei anderen Abzahlungs- oder ähnlichen Kreditgeschäften. Denn einmal sinkt der Wert von Kraftfahrzeugen durch den Gebrauch verhältnismäßig schnell und kann gegebenenfalls durch einen Unglücksfall in kürzester Zeit auf ein Minimum herabsinken. Daneben stellt die Unterhaltung eines Kraftfahrzeuges eine zusätzliche Belastung des Fahrzeughalters dar. Es sind daher eine Anzahl von Sicherungen erforderlich, wenn nicht die Kreditgewährung für den Kreditgeber zu einer Lotterie werden soll. An diesen Sicherungen ist auch der Automobilhändler stark interessiert, da er für eventuelle Ausfälle zu haften hat.

Die wichtigste Sicherung besteht darin, daß dem Kraftfahrzeugkäufer das Eigentum am Fahrzeug erst nach vollständiger Bezahlung des Kaufpreises und der Finanzierungskosten übertragen wird (§ 455 BGB). Der Fahrzeugkäufer besitzt zwar das Kraftfahrzeug und darf es benutzen, als wenn es bereits sein eigenes wäre; er darf es jedoch nicht veräußern, also nicht verkaufen oder verschenken. Er hat die Stellung eines Nießbrauchers (§ 1030 BGB). Das Eigentum wird beim Kauf anstatt auf den Käufer auf den Kreditgeber übertragen, wodurch dieser einen Sachwert in der Hand hat, solange der Kaufpreis einschließlich Kosten nicht vollständig bezahlt ist. Bei Ausbleiben der Abzahlungsraten kann der Kreditgeber nach § 985 BGB die Herausgabe des Kraftfahrzeugs verlangen. Das Reichsgesetz betr. die Abzahlungsgeschäfte vom 16. 5. 1894 bestimmt, daß bei Ausübung des Rücktrittsrechts durch den Verkäufer dieser die empfangenen Leistungen, also die Anzahlung und die schon gezahlten Raten, dem Käufer zurückgeben muß abzüglich der Wertminderung, die der Gegenstand durch den Gebrauch erlitten hat. Die Abrede, daß die Nichterfüllung der dem Käufer obliegenden Verpflichtungen die Fälligkeit der Restschuld zur Folge haben solle, ist an erschwerende Bedingungen geknüpft.

Das Gesetz betr. die Abzahlungsgeschäfte findet auch bei den Fällen der direkten Fremdfinanzierung entsprechende Anwendung, wenn ein verhülltes Abzahlungsgeschäft vorliegt (vgl. J. Karg: Verkaufsbedingungen im Automobilhandel, Heidelberg, Diss. 1937, S. 48 ff.; anderer Ansicht ist W. Thuns: Die Automobilabsatzfinanzierung in Dt., Königsberg, Diss. 1933).

Um diese Sicherung jedoch nicht für den Fall, daß das Fahrzeug beschädigt oder zerstört wird, illusorisch werden zu lassen, wird der Käufer verpflichtet, für die Dauer der Kreditgewährung eine sog. Kasko oder Feuer- und Diebstahlversicherung (Versicherung des Fahrzeugs gegen Zerstörung) sowie eine Haftpflichtversicherung (Versicherung gegen Schadensersatzansprüche Dritter) abzuschließen.

Vor einem unbefugten Verkauf des Fahrzeugs während der Zeit, in der es noch Eigentum des Kreditgebers ist, schützt der am 1. 5. 34 eingeführte Kraftfahrzeugbrief. Hierdurch ist der gutgläubige Erwerb des Eigentums durch einen Dritten, der über die rechtlichen Beziehungen zwischen Käufer und Kreditgeber nicht unterrichtet ist, ausgeschlossen.

Diese Fragen sind für den Kraftfahrzeughändler deshalb von so besonderer Wichtigkeit, weil das Finanzierungsinstitut sich außerdem noch dadurch sichert, daß es sich nicht mit der Zahlungsverpflichtung des Käufers begnügt, sondern sich für den Fall der Zahlungsunfähigkeit die Heranziehung des Händlers offenhält. Bei der indirekten Fremdfinanzierung ist diese Möglichkeit ohne weiteres dadurch gegeben, daß der Händler der unmittelbare Kreditschuldner ist. Bei der direkten Fremdfinanzierung wird die gleiche Wirkung dadurch erreicht, daß der Händler, der ja am Zustandekommen des Kreditvertrages ebenfalls interessiert ist, genötigt wird, die selbstschuldnerische Bürgschaft für alle Verpflichtungen des Käufers dem Kreditgeber gegenüber zu übernehmen. Solange der Händler zahlungsfähig ist, droht daher der Finanzierungsgesellschaft selbst bei Ausfall des Käufers kein Verlust. Das Risiko trägt also bei allen Finanzierungsformen der Händler. Es bedarf großer Umsicht seitens des Händlers und einer sehr vorsichtigen Auswahl der Kunden, die zu Abzahlungskäufen bereit sind, um durch die mittels Kreditgewährung zusätzlich ermöglichten Geschäfte einen wirklichen Gewinn zu erzielen. In seiner Hand liegt es, der Finan-

zierungsgesellschaft von dem einzelnen Kreditgeschäft abzuraten oder die Kreditgewährung zu befürworten. Selbstverständlich lassen sich auch mit größter Vorsicht nicht alle Ausfälle vermeiden. In den Jahren der Absatzkrise, vor allem 1927 und später, drängten die schlechten wirtschaftlichen Verhältnisse den Kraftfahrzeughändler zu verhängnisvoller Weitherzigkeit in bezug auf die Qualitäten des Kreditkäufers. Um die mit dem Lieferanten vereinbarte Anzahl von Fahrzeugen absetzen zu können, entschloß er sich oft zur Politik des „Verkaufs um jeden Preis". Dadurch wuchs die Gefahr einer Inanspruchnahme des Händlers infolge Zahlungsunfähigkeit des Kreditkäufers ganz außerordentlich und die Folge war der Konkurs einer großen Anzahl von Unternehmungen des Kraftfahrzeughandels.

Gegen die Zahlungsunfähigkeit des Händlers sicherte sich das Finanzierungsinstitut wiederum durch besondere Kreditversicherungen. Dies geschieht entweder im Wege der Eigenversicherung, indem der Kreditgeber selber einen Delcrederefonds zur Deckung der Verluste bildet, oder mittels Fremdversicherung, und zwar einer besonderen Delcredereversicherung. Die Versicherungsgesellschaft übernimmt hierbei die Bürgschaft für die termingemäße Einlösung der Teilzahlungskredite. Seitdem die Versicherungsgesellschaften insbesondere 1928 und in den folgenden Jahren große Verluste hierbei erlitten haben, vor allem seit dem Zusammenbruch der Favag (Frankfurter Allgem. Versicherungs-AG.), haben sich die Versicherungsgesellschaften aus der Automobilabsatzfinanzierung zurückgezogen.

d) Die Kosten der Absatzfinanzierung.

Die Kosten des Ratenzahlungsgeschäfts waren im Anfang sehr erheblich und betrugen rd. 20% des Kaufpreisrestes. Sie bestehen in erster Linie in den Zinsen für den eingeräumten Kredit, die durchweg zum Teil erheblich über dem Reichsbankdiskont liegen und deren Höhe insbesondere von der Tilgungsdauer abhängt. Die Zinsen werden regelmäßig auf die einzelnen Raten umgelegt.

Hinzu kommen Auskunftsspesen und u. U. Prämien für Kreditversicherungen, Stempelkosten für den Finanzierungsantrag und Wechselstempelsteuer, Inkassospesen und allgemeine Unkosten bei der Verwaltung der Ratenzahlungsgeschäfte. Während die Zinsen

und die Stempelkosten und -steuern auch früher schon regelmäßig vom Käufer getragen wurden, waren die übrigen Kosten Gegenstand besonderer Abmachungen und wurden oft als Mittel einer verdeckten Preisunterbietung benutzt. Die Marktordnung hat diese Möglichkeit unterbunden und bestimmt, daß sämtliche Kosten des Kreditgeschäftes vom Käufer zu tragen sind.

Die Kosten des Abzahlungsgeschäftes verringerten sich im Laufe der Zeit immer mehr und sanken schließlich auf rd. 8 % des Kaufpreisrestes, bei 12 Monaten Kreditdauer.

Man unterscheidet zwei Systeme, mittels deren die Finanzierung technisch durchgeführt wird. Das Prolongations-System sowie die Aufteilung nach einer Ratenzahlungs-Tabelle. Bei der Prolongation wird der Kaufpreis zwar auch in einzelne Raten zerlegt, aber zunächst meistens auf ¼ Jahr, wobei von vornherein festgelegt wird, das Geschäft auf ein weiteres ¼ Jahr, gegebenenfalls bis zu 1½ Jahr Gesamtlaufzeit zu prolongieren. Praktisch wird die Aufteilung in der Form durchgeführt, daß bei beispielsweise einem Zwölfmonats-Geschäft der Kaufpreisrest in drei gleiche Raten zerlegt wird, die je $^1/_{12}$ des Kaufpreisrestes darstellen, — sowie in einen vierten Betrag, den sogenannten Umlage- und Prolongationsbetrag. Es werden nun für diese vier Beträge die Zinsen nach dem jeweilig von der Finanzierungsgesellschaft vorgeschriebenen Satz pro rata temporis errechnet und dem Umlagebetrag zugeschlagen. Während der Kunde verpflichtet ist, die normalen monatlichen Raten, für die er ebenfalls, wie für den Umlagebetrag, Accepte gibt, zu zahlen, wird das Umlagepapier bei Fälligkeit mittels Prolongationswechsels auf das nächste Quartal in der oben erwähnten Form umgelegt. Diese Finanzierungsmethode, die meistens auch etwas billiger ist, eignet sich besonders für diejenigen Abzahlungsgeschäfte, bei denen der Kunde die Absicht hat, frühzeitig, — d. h. vor Ablauf von 12 oder 18 Monaten, — den Kaufpreisrest abzutragen.

Bei Abzahlungsgeschäften nach der Ratenzahlungs-Tabelle wird auf den Kreditrest je nach Laufzeit des Geschäftes ein Pauschalbetrag für Zinsen und Spesen aufgeschlagen. Der sich dann ergebende Betrag wird in gleichmäßige Raten entsprechend der Länge der Kreditzeit aufgeteilt. Der Einfachheit halber haben die Finanzierungsgesellschaften die Ergebnisse für die einzelnen Rest-

kaufgelder gestaffelt in Tabellen, aus denen das einzelne Ratenergebnis abzulesen ist, niedergelegt.

Diese Finanzierungsmethode eignet sich besonders für Geschäfte, bei denen von vornherein feststeht, daß die vereinbarte Kreditdauer von seiten des Kunden nicht verkürzt wird. Sollte der Kunde jedoch eine frühzeitige Tilgung nachträglich wünschen, so bedeutet dies für ihn einen nicht unerheblichen Verlust, da die von den Finanzierungsgesellschaften zurückvergüteten Rediskontsätze meistens erheblich geringer sind, als die s. Zt. berechneten Aufschläge, dies auch mit Recht, da ein Teil der Spesen, wie Inkassogebühren, Wechselstempel, allgemeine Verwaltungsunkosten usw. ja bereits für den Gesamtbetrag entstanden sind.

Im übrigen ist die letztere Finanzierungsmethode den Finanzierungsgesellschaften angenehmer, da hiermit wesentlich weniger Arbeit als beim Prolongations-System, bei dem alle viertel Jahre eine neue Aufteilung erfolgen muß, verbunden ist.

e) Der Umfang der Absatzfinanzierung.

Wie schon erwähnt wurde, begann die Finanzierung des Automobilabsatzes im Wege der Abzahlungsgeschäfte in Deutschland erst 1924. Sie bürgerte sich sehr schnell ein und erreichte 1927 ihren Höhepunkt mit rd. 70 % des Absatzes an neuen Fahrzeugen. Mit dem Beginn der Vollbeschäftigung der Wirtschaft, also etwa seit 1935/36, verlor das Problem der Automobilabsatzfinanzierung für den Handel immer mehr an Aktualität, um in den Jahren 1938 und 1939 fast völlig zu verschwinden. In dieser Zeit überstieg die Nachfrage nach Kraftfahrzeugen dermaßen das Angebot, daß es nur sehr wenige Kraftfahrzeughändler noch nötig hatten, sich um die zahlungsschwachen Käufer sonderlich zu bemühen, denen man mit Abzahlungsgeschäften u. ä. hätte behilflich sein müssen. Die Automobilverkäufer konnten es sich bisweilen sogar leisten, den Kaufpreis monate- und bei Lastwagen teilweise sogar jahrelang im voraus zu verlangen. Das Problem für den Händler bestand nicht mehr darin, den Absatz selbst durch die Heranziehung zahlungsschwacher Käufer auszuweiten; seine Sorge galt vielmehr möglichst reichlicher Belieferung mit Fahrzeugen und einer Fernhaltung aller auch nur im geringsten unbequemen oder nicht mit völliger Sicherheit zahlungsfähigen Käufer.

Während des jetzigen Krieges sind selbstverständlich mit dem geringen Automobilabsatz an Private auch die letzten Reste der früher einmal an der Tagesordnung gewesenen Absatzfinanzierungen verschwunden.

f) Besonderheiten der Absatzfinanzierung bei Altwagen.

Während bei neuen Fahrzeugen die Käufe auf Abzahlung, wenigstens zeitweilig, sehr verbreitet waren, haben die Kreditkäufe im Altwagengeschäft immer eine erheblich geringere Rolle gespielt. Das ist zum Teil darauf zurückzuführen, daß der Preis eines gebrauchten Fahrzeugs selbstverständlich erheblich niedriger ist als der eines neuen und bisweilen kaum höher liegt als die Anzahlung für ein neues Kraftfahrzeug; vor allem liegt dies jedoch an den besonderen Gefahren, die die Finanzierung des Altwagengeschäfts für den Kreditgeber mit sich bringt.

Das Risiko ist beim Altwagen-Kreditgeschäft einmal wegen der sehr oft zweifelhaften Zahlungsfähigkeit des Käufers größer als bei derartigen Geschäften mit neuen Wagen, und die höheren Unterhaltungskosten, die häufigeren und kostspieligeren Reparaturen tragen zu deren weiteren Schwächung bei. Insbesondere bei der Finanzierung des Kaufs alter Taxen haben die Kreditgeber und damit zugleich auch immer die Händler schlechte Erfahrungen gemacht.

Meistens waren die Altwagen beim Kauf neuer Wagen von den Kraftfahrzeughändlern in Zahlung genommen und daher aus den an anderer Stelle erörterten Gründen oft erheblich überbewertet worden[1]. War nun zum Kauf eines solchen zu hoch bewerteten Fahrzeugs Kredit gegeben worden und wurde der Kreditgeber durch die Zahlungsunfähigkeit des Schuldners genötigt, seine Ansprüche durch die Verwertung des ihm als Sicherheit dienenden Altwagens zu befriedigen, so reichte der erzielte Erlös nur selten zur vollen Befriedigung seiner Forderungen aus. Die Rückgriffsmöglichkeit auf den Händler bedeutete allerdings oft keine wesentliche Erhöhung der Sicherheit, da diese nur in Ausnahmefällen ein nennenswertes Kapital besaßen.

Die Folge dieses größeren Risikos war, daß sich die Finanzierungsinstitute immer mehr von der Kreditgewährung für Alt-

1. Vgl. hierzu „Das Altwagengeschäft", S. 116 ff. dieser Arbeit.

wagenkäufe zurückzogen. Wo derartige Kreditgeschäfte dennoch zustandekamen, war die Anzahlung verhältnismäßig hoch und betrug in der Regel 40 % gegenüber 25 % beim Neuwagengeschäft; und während sich beim Kauf neuer Wagen die Abzahlung der Raten vor Inkrafttreten der Marktordnung oft über zwei Jahre ausdehnte, betrug die Kreditdauer im Altwagengeschäft höchstens 10 Monate. Als in den letzten Jahren die Nachfrage nach Kraftwagen das Angebot erheblich überstieg und dadurch auch die Altwagen zu einem lebhaft begehrten Artikel wurden, verlor auch das Kreditgeschäft für gebrauchte Fahrzeuge den letzten Rest von Bedeutung. Heute existiert in Deutschland das Problem einer Finanzierung des Altwagengeschäfts nicht mehr.

2. Das Altwagengeschäft[1].

a) Die Verwertungsmöglichkeiten von Altwagen.

Die meisten Käufer eines neuen Wagens besaßen bereits vorher ein Kraftfahrzeug, und in diesen Fällen tritt die Frage auf, was nun mit dem alten Wagen werden soll. In der Regel ist das alte Fahrzeug noch durchaus brauchbar, wenn es auch nicht mehr dem Geschmack und dem Stand der Technik völlig entspricht. Solange eine große Nachfrage nach Kraftfahrzeugen besteht —, und das war bis auf eine geringe Unterbrechung 1907 bis zum Ausgang der Inflation der Fall —, ist es daher das Naheliegendste und auch Vorteilhafteste, den Wagen an jemand zu verkaufen, der ihn weiter als Verkehrsmittel benutzt.

Als jedoch, ungefähr seit 1926, die Nachfrage unter das gewaltig gesteigerte Angebot sank, wurde ein solcher Kraftfahrzeugverkauf für den Eigentümer des alten Wagens zu einer unerfreulichen Angelegenheit. Denn während er früher infolge der großen Nachfrage sein Fahrzeug schnell und zu angemessenem Preis verkaufen konnte, war dies bei geringerer Nachfrage nur mit Mühe und zu sehr niedrigen Preisen möglich. Da zur selben Zeit aus den gleichen Gründen auch die Lage der Automobilhändler ungünstig

1. vgl. zu diesem Abschnitt: Herm. Wunderlich: Das Gebrauchtwagenproblem i. d. Dt. Automobilwirtschaft. Berl. Wirtsch. Hochschule, Diss. 1939.

und ihre Konkurrenz untereinander groß war, Neuwagenumsätze aber zur Aufrechterhaltung des Betriebes getätigt werden mußten, versuchten sie daher, die Käufer neuer Wagen dadurch für sich zu gewinnen, daß sie ihnen die Sorge um ihren alten Wagen abnahmen. Sie nahmen das alte Fahrzeug des Kunden in Zahlung, und zwar zu einem günstigeren Preis, als dieser selbst bei einem Verkauf erzielt hätte. Der Händler hatte dadurch wenigstens die Möglichkeit, einen neuen Wagen verkaufen zu können.

Die Inzahlungnahme der alten Fahrzeuge war außerdem für den Händler deswegen noch ein sehr wirksames Wettbewerbsmittel, weil er auf diese Weise in der Lage war, den ihm von der Automobilfirma vorgeschriebenen Verkaufspreis ganz beträchtlich zu senken, ohne daß dies nach außen hin in Erscheinung zu treten brauchte. Denn wenn er einen alten Wagen mit einem höheren als dem beim Wiederverkauf zu erzielenden Preis in Zahlung nahm, so war die Wirkung für seinen Kunden die gleiche, als hätte er den Preis des neuen Wagens entsprechend herabgesetzt.

Als diese Form der Inzahlungnahme sich erst einmal eingebürgert hatte, sahen sich aus Wettbewerbsgründen auch die übrigen Händler genötigt, sich diesem Brauch anzuschließen. Da die gebrauchten Wagen zu verhältnismäßig hohen Preisen in Zahlung genommen wurden, kam es häufig sogar vor, daß sich Interessenten eines neuen Kraftfahrzeuges, die bisher noch keinen Wagen besessen hatten, vorher einen billigen alten Wagen meistens auf „Autofriedhöfen", wie sie früher genannt wurden, kauften, um ihn dann zu höherem Preise in Zahlung zu geben.

Die Inzahlungnahme alter Kraftwagen kam zwar dem Absatz neuer Fahrzeuge zugute, stellte aber eine gewaltige Belastung der Händler dar und wurde zu einem der schwierigsten Probleme des Kraftfahrzeughandels. Die Lager der Händler füllten sich mit überbewerteten Altwagen, die kaum wieder zu verkaufen waren und das Betriebskapital der Händler oft vollkommen in Anspruch nahmen. Es waren dies hauptsächlich Fahrzeuge, die der Kunde selbst nicht privat verkaufen konnte, da sie veraltet, stark reparaturbedürftig, oder aber infolge ihrer Größe unwirtschaftlich waren. Wurden die Wagen demontiert, was häufig genug die einzige Verwertungsmöglichkeit war, so waren die Einzelteile der veralteten Modelle meistens nicht mehr zu verwenden und mußten verschrottet werden.

So wurde die Inzahlungnahme von Altwagen zu einer ständigen Verlustquelle für den Kraftfahrzeughandel. Zahlreiche Versuche wurden unternommen, um hier Abhilfe zu schaffen. Die Händler bemühten sich zu B., das Risiko des Altwagengeschäfts auf den Kunden abzuwälzen, indem sie die Altwagen zum kommissionsweisen Verkauf in Zahlung nahmen. Da jedoch dem Kunden ein Mindestpreis in Aussicht gestellt werden mußte, und noch dazu ein verhältnismäßig günstiger, wenn man ihn für ein derartiges Geschäft gewinnen wollte, war der Händler hierbei im Ergebnis kaum gebessert. Konnte er nur einen geringeren Preis erzielen und beharrte der Kunde auf der Inzahlungnahme zu dem vorgesehenen Mindestpreis, so trug der Händler nach wie vor den Verlust. Bestand dieser jedoch auf der Anrechnung des wirklich erzielten Preises, so lehnte häufig der Kunde den Kauf eines neuen Wagens ab. Zumindest gab es unerfreuliche Auseinandersetzungen, so daß die kommissionsweise Inzahlungnahme nicht als Lösung des Problems bezeichnet werden konnte.

Ebensowenig hatten die Versuche, den Absatz der überbewerteten Altwagen durch die Errichtung von „Altwagen-Börsen" und durch eine Zusammenfassung der Altwagen-Inserate in den Fachzeitschriften zu fördern, Erfolg. Alle diese Bemühungen schlugen fehl, weil sie nicht die eigentliche Ursache des Übels erfaßten, nämlich die zu hohe Bewertung der in Zahlung genommenen Altwagen.

b) Die Bewertung der Altwagen.

α Die Bewertungsfrage in der Vergangenheit.

Die Überbewertung der Altwagen konnte nicht auf die an sich naheliegende Weise vermieden werden, indem nämlich die Händler sich künftig weigerten, bei der Inzahlungnahme von Altwagen derartig hohe Preise wie bisher in Rechnung zu stellen. Dies war deshalb nicht möglich, weil beim Fehlen objektiver und allgemein verbindlicher Bewertungsregeln die Konkurrenz derjenigen Händler, die sich einem solchen Vorgehen nicht anschließen würden, die Durchführung der Preissenkung auch für die übrigen Händler unmöglich machen würde. Denen, die die Altwagen weiter zu hohen Preisen in Zahlung nehmen würden, würden die Käufer neuer Wagen zuströmen, während die andern Händler einen großen Teil

ihrer Kundschaft verlieren würden und daher ihre Abnahmeverpflichtungen gegenüber den Lieferanten nicht einhalten könnten. Es mag sein, daß diejenigen, die an den hohen Preisen festhalten würden, infolge ihrer Verluste im Altwagengeschäft doch letzten Endes den Kürzeren gezogen hätten. Auf einen solchen Entscheidungskampf konnte es aber der Teil der Händlerschaft, der das Problem erkannt hatte, nicht ankommen lassen, da er in der Minderheit war. Für den freiwilligen Zusammenschluß einer Mehrheit fehlte aber das Verständnis und die wirtschaftliche Stärke. Die Industrie ihrerseits, die lediglich auf Absatz um jeden Preis eingestellt war, versuchte mit allen Mitteln, nicht zuletzt durch ihre werkseigene Verkaufspolitik, Zusammenschlußbestrebungen zu verhindern. Da sie auf Erfüllung der eingegangenen Abnahmeverpflichtungen bestand, blieb der Händlerschaft keine andere Möglichkeit, als auf dem bisherigen Wege weiterzugehen. Ohne einen zwangsweisen Zusammenschluß der Kraftfahrzeughändler war das Altwagenproblem nicht zu lösen.

Die im Jahre 1927 vom Automobilhändlerverband in verschiedenen Städten des Reiches eingerichteten Preisprüfungskommissionen waren zwar ein Schritt in der richtigen Richtung. Da aber ihre Inanspruchnahme zunächst völlig freiwillig war und den Händlern von ihrem Verband lediglich empfohlen werden konnte, war eine wirkliche Beseitigung der Schwierigkeiten durch diese Kommissionen nicht möglich.

1928 gründeten die Interessenvertretungen der Kraftfahrzeugindustrie und des -handels die „Deutsche Altwagen-Verwertungs-GmbH." in Berlin. Diese Gesellschaft kaufte diejenigen Wagen an, die beim Kauf eines Neuwagens in Zahlung gegeben werden sollten, nachdem sie vorher durch eine eigene Taxstelle geprüft und geschätzt worden waren.[1] Sie befreite also die Automobilhändler, die sich ihrer bedienten, von der Last der Altwagen. Jedoch mußte die Gesellschaft, um ohne Zuschüsse bestehen zu können, die gebrauchten Fahrzeuge verhältnismäßig niedrig, jedenfalls unter ihrem Wiederverkaufspreis, einschätzen; und die Folge davon war, daß die Händler, die die Gesellschaft in Anspruch nahmen, den übrigen im Wettbewerb um die Kundschaft unterlegen waren.

1. vgl. Herm. Wunderlich: Das Gebrauchtwagenproblem, S. 38 ff.

Immerhin brachte sie den Händlern eine Erleichterung und ebnete den Weg zu einer endgültigen Lösung.

Im Jahre 1931 wurde die „Deutsche Automobil-Treuhand-GmbH." (DAT) gegründet, deren Aufgabenkreis umfassender war als derjenige der Altwagen-Verwertungs-GmbH., und mit ihrer Hilfe hätten die Schwierigkeiten im Neu- und Altwagenhandel möglicherweise beseitigt werden können. Sie verdankte ihre Entstehung dem gleichen Gedanken, den Ford bereits seit Jahren mit Erfolg verwirklicht hatte. Die Fordgesellschaft hatte nämlich schon 1925 Preisbildungsvorschriften für den Ankauf gebrauchter Fordwagen durch Kraftfahrzeughändler erlassen, bei deren Nichtbefolgung die Händler die Verkaufslizenz für Fordwagen verloren. Jeder in Zahlung gegebene gebrauchte Wagen wurde dem Händler von der Fordgesellschaft zu dem festgesetzten Preise abgenommen und abmontiert. Die alten Fordwagen kamen also nicht wieder auf den Markt; die noch brauchbaren Einzelteile wurden vielmehr bei der Herstellung neuer Wagen wieder verwendet und die übrigen verschrottet.

Die DAT hatte die Aufgabe, einmal Festpreise für Neuwagen und Taxpreise für Altwagen festzulegen und außerdem durch Verschrottung des Bestandes an überalterten Kraftfahrzeugen Raum für den Absatz von Neu- und Altwagen zu schaffen. Die Kosten der Verschrottungsaktion, mit der endlich einmal das Überangebot an Altwagen beseitigt werden sollte, wurden mit 20 Mill. RM veranschlagt. Sie sollten gemeinsam durch die Automobilindustrie, den -handel und die Zubehörindustrien aufgebracht werden. Interne Unstimmigkeiten und die Bankenkrise setzten im Sommer 1931 jedoch diesem großangelegten Plan zur Lösung des Altwagenproblems und damit einer planmäßigen Sanierung des Autohandels ein Ende.

β Die Lösung der Bewertungsfrage in der Gegenwart.

Die verschiedenen Versuche zur Frage der Bewertung der Altwagen hatten deshalb keinen wirklichen Erfolg gehabt, weil sie nicht bis zu einer kartellartigen Zusammenfassung der am Altwagenhandel Beteiligten gelangt waren. Eine grundlegende Änderung trat hierin erst ein, als im November 1933 Industrie und Handel

eine gemeinsame Marktordnung beschlossen, die am 1. Januar 1934 in Kraft trat. Mit ihrer Überwachung wurde die oben erwähnte Automobil-Treuhand-GmbH. betraut.

Wesentlich für das vorliegende Problem ist die Bestimmung der Marktordnung, daß Altwagen aus zweiter Hand nur nach vorheriger Schätzung durch eine von der DAT zugelassene Schätzungsstelle und zu keinem höheren als dem hier festgestellten Wert angekauft oder in Zahlung genommen werden dürfen. Außerdem wurde der kommissionsweise Verkauf der Altwagen verboten, die Mindesthöhe von Anzahlungen und Höchstkreditfristen festgesetzt. Da jedoch die Marktordnung nur für diejenigen Firmen verbindlich war, die sich mit der Erzeugung oder dem Verkauf von fabrikneuen Kraftfahrzeugen befassen, wurden hierdurch nur die Altwagengeschäfte der Neuwagenhändler geregelt, insbesondere die Inzahlungnahme gebrauchter Wagen beim Verkauf eines neuen Fahrzeugs. Der gesamte reine Gebrauchtwagenhandel und die privaten Altwagengeschäfte bleiben außerhalb der Marktordnung. Dennoch war mit der Schätzungspflicht bei der Inzahlungnahme alter Wagen das fast ein Jahrzehnt alte Problem im wesentlichen gelöst. Denn hiermit war eine der wesentlichen, dauernden Verlustquellen des Handels, die die Überbewertung der in Zahlung genommenen Altwagen für den Kraftfahrzeughandel darstellte, endgültig verstopft worden.

Die Bewertung der gebrauchten Wagen erfolgt mit Hilfe von Richtpreisen, die die DAT laufend bekannt gibt und die hier auf Grund der Meldungen über die Verkaufserlöse des Handels beim Verkauf von Altwagen errechnet werden. Sie fußt also nicht auf theoretischen Erwägungen über die wertmäßige Veranschlagung der verschiedenen Abnutzungsgrade bei den einzelnen Fahrzeugtypen und -fabrikaten, sondern wird als der Durchschnitt der wirklich erzielten Preise ermittelt. Um den Schwankungen der Marktlage Rechnung zu tragen, ist die Gültigkeit der Schätzungsurkunde auf 14 Tage begrenzt.

Da sich die Marktordnung nicht auf den reinen Gebrauchtwagenhandel erstreckt, wurden hier im allgemeinen seitens der Privatkunden höhere Preise als bei den Schätzungsstellen erzielt. Ein solcher Preisvorteil war auch die Voraussetzung für den Fortbestand des Altwagenhandels; denn er war für den Käufer eines

neuen Wagens der einzige Vorzug gegenüber der bequemen Inzahlunggabe. Aus dem gleichen Grunde nahm auch der unmittelbare Verkauf vom bisherigen an den nachfolgenden Benutzer zu.

Diese Bewilligung höherer Preise für gebrauchte Wagen außerhalb des Neuwagenhandels ist zwar solange für den Kraftfahrzeughandel unbedenklich, wie die Nachfrage das Angebot übersteigt und der Absatz der Altwagen keine Schwierigkeiten bereitet. Aus Gründen der Sicherheit und aus grundsätzlichen Erwägungen über Preisstabilität heraus ist jedoch auch der außerhalb der Marktordnung stehende Altwagenhandel gesetzlich geregelt worden, und zwar durch die vom Preiskommissar erlassene „Anordnung über die Regelung der Verbraucherpreise und Handelsspannen im Verkehr mit gebrauchten Kraftfahrzeugen vom 29. 4. 1939". Hierzu erschien am 30. 6. 1939 eine Durchführungsverordnung.

Die Anordnung bestimmt, daß alle Personen, die sich gewerbsmäßig mit dem Handel gebrauchter Fahrzeuge befassen, Altwagen nur nach deren Schätzung durch die Stellen der DAT und zu den hier festgestellten Preisen ankaufen dürfen. Die Handelsspanne ist begrenzt auf $33^1/_3$ % des Ankaufspreises, aber lt. Durchführungsverordnung nur für die Händler, die bisher auf dieser Basis kalkulierten; für die übrigen beträgt die Handelsspanne höchstens 25 %. Instandsetzungskosten dürfen zu angemessenen Sätzen hinzugeschlagen werden. Personen, die nicht gewerbsmäßig mit Kraftfahrzeugen handeln, dürfen keinen Handelsaufschlag fordern, sondern nur den Einkaufspreis abzüglich der Wertminderung infolge der Abnutzung berechnen. Bei Inanspruchnahme einer Schätzungsstelle durfte nur der Schätzungswert zuzüglich 10 % Aufschlag verlangt werden.

Durch diese Bestimmungen wird der gesamte durch Händler getätigte Umsatz an Altwagen, der bisher außerhalb der Marktordnung stand, gesetzlich geregelt und überwacht. Der private Verkauf unmittelbar an den Verbraucher blieb zwar neben dem gewerbsmäßigen Altwagenhandel bestehen. Er wurde diesem jedoch angegliedert und durch das Verbot eines Handelsaufschlags sehr benachteiligt. Auch seine bisherige Preisbildungsfreiheit wurde ganz erheblich eingeschränkt. Diese Regelung des privaten Verkaufs dient einer Stärkung des gewerbsmäßigen Kraftfahrzeughandels und einer einheitlichen Preisbildung im Altwagengeschäft.

Die dennoch möglichen Preisdifferenzen waren so gering, daß das Problem der Bewertung von Altwagen nach Erlaß der Marktordnung und der Anordnung über den Verkehr mit gebrauchten Fahrzeugen vom 29. April 1939 und der zugehörigen Durchführungsverordnung nahezu als gelöst zu bezeichnen waren. Trotzdem wurde an der endgültigen Lösung der Bewertungsfrage weiter gearbeitet. Der Reichskommissar für die Preisbildung hat am 18. November 1939 einen Runderlaß herausgegeben, der sich in erster Linie mit einer schärferen Kontrolle des Privatgeschäftes befaßt. Verkäufe von Verbraucher an Verbraucher unterliegen in Zukunft ebenfalls in jedem Falle dem Schätzungszwang, ohne daß es gestattet ist, wie früher 10 % auf den Taxpreis aufzuschlagen. Damit ist praktisch eine Gleichstellung der Privatverkäufe mit den Händlergeschäften endlich erreicht und es besteht für den privaten Verkäufer kein Vorteil mehr, seinen Wagen freihändig oder vor Kauf eines neuen Wagens an einen Spezialgebrauchtwagenhändler abzugeben. Es ist anzunehmen, daß sich in Zukunft das Gebrauchtwagengeschäft, insbesondere für den Neuwagenhandel zu einer zusätzlichen Verdienstmöglichkeit entwickeln wird, die es ihm gegebenenfalls ermöglicht, Krisenzeiten besser zu überwinden, als in der Vergangenheit.

3. Der Wettbewerb mit der ausländischen Konkurrenz im Inland und auf dem Weltmarkt.

In den ersten Jahren des Kraftfahrzeughandels waren die deutschen Automobile den Fabrikaten anderer Länder technisch so überlegen, daß ihre Vorrangstellung auf dem Weltmarkt unbestritten war. Die Ausfuhr war daher sehr erheblich, während ausländische Erzeugnisse kaum auf dem deutschen Markt angeboten wurden. In den letzten Jahren vor dem Weltkrieg nahm die Einfuhr zwar im Verhältnis zur Ausfuhr zu, sie erreichte jedoch nicht $^1/_5$ der Ausfuhr und hatte keinen wesentlichen Einfluß auf den Inlandsabsatz. Deutschland exportierte damals etwa die Hälfte seiner Erzeugung

an Automobilien.[1] Seine führende Stellung im Kraftfahrzeughandel verlor Deutschland während des Weltkrieges völlig. Dies lag nicht allein daran, daß die deutsche Kraftfahrzeugproduktion vollständig vom Militär in Anspruch genommen wurde und auch aus außenpolitischen Gründen das Exportgeschäft vollkommen lahmgelegt worden war, sondern auch an der geringen technischen Weiterentwicklung, die in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern stattfand. Dagegen baute Amerika während des Krieges und nachher eine auf neuen technischen Methoden beruhende und auf Groß-Serienherstellung eingerichtete Kraftfahrzeugindustrie auf, deren Erzeugnisse den deutschen Fahrzeugen nach dem Kriege in technischer Beziehung und preismäßig weit überlegen waren. Während der Inflation wurden diese Vorteile allerdings, wie oben schon erwähnt wurde, weitgehend ausgeglichen durch den Vorsprung, den die Entwertung der deutschen Valuta vor der Preissteigerung im Inland hatte, wodurch die deutschen Fahrzeuge für das Ausland dennoch billiger waren, als die eigenen. Die Überlegenheit der ausländischen, insbesondere der amerikanischen Wagen konnte sich jedoch vorläufig auf dem deutschen Markt nicht bemerkbar machen, und zwar wegen der Aufrechterhaltung der im Kriege eingeführten Einfuhrsperre für Kraftfahrzeuge. Sie hätte aber auch ohnehin zunächst nicht zur Geltung kommen können, da die Kluft zwischen der Markentwertung und den Preissteigerungen in Deutschland, die für die deutsche Ausfuhr so vorteilhaft war, die Einfuhr nach Deutschland entsprechend verteuerte und infolgedessen erschwerte.

Auf Grund des Versailler Diktats durften in den ersten Jahren nach dem Kriege die deutschen Zollsätze nicht höher sein als in der Vorkriegszeit. Als mit der Stabilisierung der Reichsmark die wie ein Einfuhrzoll wirkende Valutaentwertung ihr Ende gefunden hatte, drohte der deutsche Kraftfahrzeugmarkt mit Auslandsware überschwemmt zu werden. Dieses Angebot ausländischer, vor allem amerikanischer Wagen, die nicht nur technisch besser, sondern auch billiger waren, als die eigenen Fabrikate, bedeutete für den deut-

1. vgl. Ruhr und Rhein 9, 10, 343: Der Entscheidungskampf um den dt. Automarkt.

schen Kraftfahrzeughandel eine ernste Gefahr, die aber im wesentlichen nicht vom Handel, sondern auf die Dauer nur von der deutschen Kraftfahrzeugindustrie beseitigt werden konnte.

Um die Industrie jedoch in die Lage zu versetzen, ihre Betriebe zu „rationalisieren", wie man damals sagte, d. h. sich die technischen Fortschritte zu eigen zu machen und ihre Produktionsanlagen auf die massenweise Herstellung ganz weniger Typen umzustellen, mußte ihr ein vorübergehender Schutz vor der ausländischen Konkurrenz gewährt werden. Zu diesem Zweck wurden die Einfuhrverbote für Kraftfahrzeuge bis zum 1. Oktober 1925 verlängert. Hieran schloß sich ein sog. Erziehungszoll, dessen anfangs sehr hohe Sätze im Laufe der Zeit immer mehr abnahmen, bis sie schließlich am 1. Juli 1928 ihren endgültigen Stand erreichten.

Im großen und ganzen erreichten diese zollpolitischen Maßnahmen ihren Zweck. Die deutsche Kraftfahrzeugindustrie und damit auch der Handel wurde vor dem Erdrücktwerden durch die ausländische Konkurrenz bewahrt, und es gelang, den Vorsprung, den Amerika in technischer Beziehung hatte, nahezu aufzuholen. In bezug auf die Produktionskosten glückte dies nicht im gleichen Maße, weil die geringeren Absatzmöglichkeiten eine Erzeugung „am laufenden Band" nicht im gleichen Umfang erlaubten wie in Amerika.

Wenn auch die Zollpolitik im allgemeinen den erwünschten Erfolg hatte, so gelang es ihr doch keineswegs, die ausländischen Kraftfahrzeuge vom deutschen Markt fernzuhalten. Die Einfuhr bedrohte zwar nicht geradezu die Existenz der deutschen Kraftfahrzeugindustrie, aber sie nahm doch einen erheblichen Umfang an und betrug z. B. 1927 30 %[1] des gesamten Kraftfahrzeugabsatzes in Deutschland. Teilweise wurde der hohe Einfuhrzoll dadurch umgangen, daß die ausländischen Fahrzeuge als Einzelteile, von denen nur ein geringerer Zoll erhoben wurde, nach Deutschland eingeführt und dann hier in eigenen Montagewerkstätten der ausländischen Firmen zu Kraftfahrzeugen zusammengebaut wurden. Die Einfuhr

1. vgl. Ruhr und Rhein 9, 10, 343: Der Entscheidungskampf um den dt. Automarkt.

amerikanischer Kraftwagen von 1923 bis 1928 zeigt folgende Entwicklung:

1923	67[1]
1924	1 223
1925	4 264
1926	6 473
1927	5 937
1928	12 487

Die amerikanischen Wagen erfreuten sich nicht nur bei der Kundschaft, sondern auch bei den Händlern großer Beliebtheit. Denn während die von deutschen Firmen gezahlten Provisionen zwischen 17 und 20 % schwankten, brachten amerikanische Fahrzeuge dem Händler oft 25 %, was deren Bereitwilligkeit zur Vertretung ausländischer Marken natürlich verstärkte.

In den ersten Jahren nach der Stabilisierung war die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Kraftfahrzeuge, die durch die hohen Einfuhrzölle des Auslands noch mehr verringert wurde, so schlecht, daß die deutsche Ausfuhr bis 1928 erheblich geringer war als die noch dazu künstlich gedrosselte Einfuhr (vgl. Tabelle S. 128 dieser Arbeit).

Der geringe Umfang des deutschen Exports an Kraftfahrzeugen lag zwar zum Teil an einer in mancher Beziehung noch vorhandenen technischen Unterlegenheit und an den handels- und währungspolitischen Maßnahmen der Konkurrenzländer; zum Teil war er aber auch auf das Fehlen einer geeigneten Exportorganisation zurückzuführen. In dieser Beziehung war der Vorsprung des amerikanischen Kraftfahrzeughandels ganz offensichtlich. Am Kraftfahrzeugexport war der selbständige Handel von jeher nur sehr wenig beteiligt; selbst in den Zeiten besonders günstiger Exportmöglichkeiten war er von der Ausfuhr so gut wie ausgeschlossen. Während die Industrie im Auslandgeschäft regelmäßig niedrigere Preise ansetzte als im Inland, waren die Händler zu annähernd ebenso großen Preisnachlässen nicht in der Lage, da sie genötigt

1. aus: Herm. Wunderlich, d. Gebrauchswagenproblem, S. 12.

waren, aus der ohnehin niedrigen Handelsspanne ihre Kosten zu decken. Sollte dann noch ein Gewinn übrig bleiben, so konnten sich die dem Händler möglichen Preisermäßigungen nur in sehr engen Grenzen bewegen. Die Kraftfahrzeughändler verloren daher das Interesse am Exportgeschäft und neigten eher dazu, sich neben dem reinen Inlandgeschäft dem Import zuzuwenden.

Im Jahre 1931 stellte der General-Motors-Konzern der Adam-Opel-AG., die mit diesem Konzern kapitalmäßig verbunden war, seine Ausfuhrorganisation zur Verfügung. Diese bestand in dem Händler- und Kundendienstapparat, den Montagefabriken und Ersatzteillagern und enthielt dei Möglichkeit einer Heranziehung von Kreditinstituten zur Absatzfinanzierung. Der Vorteil einer derartigen Exportorganisation war eindeutig; von 1931 bis 1934 bestritten die Opelwerke durchschnittlich 60 % und mehr des deutschen Kraftwagenexports.

Im Herbst 1935 fanden Beratungen wichtiger deutscher Automobilexportfirmen unter der Leitung der Wirtschaftsgruppe Fahrzeugindustrie statt über die gemeinsame Errichtung einer Exportorganisation. Das Ergebnis war die Gründung der „Exportgemeinschaft deutscher Automobilfabriken AG", die einen Zusammenschluß aller wichtigen deutschen Automobilexportfirmen darstellt mit Ausnahme der Adam-Opel-AG., deren Auslandsabsatz sich nach wie vor auf die Exportorganisation des General-Motors-Konzern stützt.

Die Entwicklung des Exportgeschäfts bis zu diesem Zeitpunkt zeigt deutlich die völlige Ausschaltung des selbständigen Handels, dessen Betätigung man mit Recht hier hätte erwarten können. Darum hatte der Kraftfahrzeughändler auch kein Interesse an einer günstigen Entwicklung des Exportgeschäfts. Seine eigene, wirtschaftliche Entwicklung konnte nur durch Veränderungen auf dem Binnenmarkt und des Imports betroffen werden.

Die deutsche Einfuhr von Kraftfahrzeugen sank infolge der zunehmenden Verschlechterung der Geschäftslage seit 1928 dauernd und betrug 1932 wertmäßig nur wenig über $^1/_{10}$ der Einfuhr von 1928, während die Ausfuhr in der gleichen Zeit nur ungefähr um

die Hälfte sank. Dies ist zum Teil auf Deutschlands Überlegenheit im Bau von Kleinwagen zurückzuführen, deren Auslandsabsatz auch noch in der Krise verhältnismäßig gut war, während die ausländische Konkurrenz in derartigen Fahrzeugen auf dem deutschen Markt gering war.

Als nach Überwindung der Krise die Nachfrage nach Kraftfahrzeugen in der ganzen Welt erheblich zunahm, stieg auch die Ausfuhr deutscher Wagen, die nunmehr den ausländischen Fabrikaten im allgemeinen durchaus ebenbürtig, z. T. sogar überlegen waren. Die Steigerung der deutschen Einfuhr wurde dagegen durch die Einfuhrkontingentierung in äußerst geringen Grenzen gehalten; in den letzten Jahren wurde sie sogar noch etwas verringert. Der Umfang der Einfuhr ist gegenwärtig im Verhältnis zum gesamten Inlandsabsatz derartig gering, daß die Konkurrenz ausländischer Wagen auf dem deutschen Markt kein Problem mehr darstellt.

Deutschlands Außenhandel mit Kraftfahrzeugen 1913, 1925—1938
(in 1000 Reichsmark)

Jahr	Einfuhr	Ausfuhr	Überschuß	Monatl. Nachweise
1913	14 600	87 100	+ 72 500	Jg. 1913,
1925	69 181	24 465	— 43 716	25—37
1926	51 371	21 191	— 30 183	Erg. H. 1.
1927	64 272	30 367	— 33 905	
1928	80 005	51 881	— 28 124	
1929	57 087	62 173	+ 5 086	
1930	36 928	44 450	+ 7 522	
1931	16 885	50 812	+ 33 927	
1932	8 202	30 060	+ 21 858	
1933	6 894	28 996	+ 22 102	
1934	9 818	29 578	+ 19 760	
1935	9 428	50 154	+ 40 726	
1936	5 897	75 864	+ 69 967	
1937	6 887	136 110	+ 129 223	
1938	11 963	147 135	+ 135 172[1]	

1. s. Tatsachen 1938, S. 66/67.

4. Die Lösung der Marktprobleme durch die Marktordnung.

a) Die Bedeutung der Konkurrenz für das Funktionieren des Kraftfahrzeugmarktes.[1]

Wie in den vorangehenden Abschnitten dargestellt ist, hatten sich auf dem Kraftfahrzeugmarkt im Laufe der Zeit zahlreiche Unzuträglichkeiten entwickelt. Der größte Teil dieser Schwierigkeiten war durchaus nicht das Ergebnis der zeitweise außerordentlich schlechten Geschäftslage oder eines zufälligen Zusammentreffens sonstiger ungünstiger Umstände, sondern sie waren im wesentlichen in der Eigenart des Kraftfahrzeugmarktes begründet. Zur Würdigung der Lösung, die die Marktordnung gebracht hat, und zur Beurteilung ihrer Zweckmäßigkeit erscheint es daher angebracht, auf die Besonderheiten des Kraftfahrzeugmarktes näher einzugehen.

Das Kraftfahrzeug ist seit Jahrzehnten ein Handelsartikel, dessen verschiedene Typen und Fabrikate jeweils in zahlreichen Exemplaren in vollkommen gleicher Ausführung angeboten werden. Die einzelnen Fabrikate zeigen zwar erhebliche Unterschiede, und der natürliche Wettbewerb zwischen den Erzeugnissen verschiedener Firmen hat daher die Qualität, Leistung und Wirtschaftlichkeit der Fahrzeuge zum Gegenstand. Da jedoch zwischen den Erzeugnissen des gleichen Typs einer Firma keinerlei Qualitätsunterschiede bestehen, ist diese Form des Wettbewerbs zwischen den Verkäufern des gleichen Fabrikats nicht möglich. Um dennoch beim Kampf um den Kunden diesem einen Vorteil bieten zu können und ihn dadurch dem Konkurrenten zu entziehen, war daher für den Kraftfahrzeughandel die Preisunterbietung die naheliegendste Form des Wettbewerbs; und sie war nahezu die einzig mögliche Form, jedenfalls diejenige, mit der sich ein größerer Einfluß auf die Entschließungen des Käufers ausüben ließ.

Dieser Preiswettbewerb war nun den Händlern von ihren Vertragsfirmen verboten, und wenn dieses Verbot wirklich Beachtung gefunden hätte — was bis zum Erlaß der Marktordnung eine Selten-

1. Vgl. hierzu die eingehende Darstellung der Marktprobleme bei J. Hassinger: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft, 1939.

heit war —, dann wäre also der Kraftfahrzeughandel darauf beschränkt gewesen, die Verteilung der zu festem Preis gelieferten und auch wieder zu festem Preis zu verkaufenden Kraftfahrzeuge durchzuführen. Eine solche Beschränkung der Wettbewerbsbedingungen hat jedoch zur Voraussetzung, daß alle am Kraftfahrzeugabsatz Beteiligten unter den gleichen Bedingungen zu arbeiten gezwungen werden. Solange die Gewähr hierfür nicht gegeben ist und sich sogar einige Wettbewerber ganz unverhohlen das Recht nehmen, diese Wettbewerbsbeschränkungen zu mißachten, sind die übrigen Teilnehmer am Kraftfahrzeughandel geradezu gezwungen, dies ebenfalls zu tun. Da sich der Werkshandel überhaupt nicht an die festgesetzten Preise hielt, war es daher für den selbständigen Handel einfach ein Gebot der häufig sehr fraglichen Selbsterhaltung, ebenfalls die Preise zu unterbieten.

Hierbei kämpften jedoch Werks- und selbständiger Handel mit ungleichen Waffen. Die Betriebe des Werkshandels bildeten eine wirtschaftliche Einheit mit den betreffenden Produktionsbetrieben, und in der Regel wurden die Kosten des der Firma angeschlossenen Handelsbetriebes nicht gesondert erfaßt. Daher wurde der von der Herstellerfirma erzielte Einzelhandelsabsatz solange als ein erfolgreiches Geschäft angesehen, als die hierbei vereinnahmten Preise höher waren als diejenigen, die den Händlern bewilligt wurden. Der zwar auf einem Irrtum beruhende, aber in Industriekreisen im allgemeinen als durchaus vorhanden angesehene Spielraum für Preisherabsetzungen war infolgedessen für den Werkshandel, bzw. Fabrikfilialhandel erheblich größer als für den selbständigen Kraftfahrzeughandel, der aus der ihm bewilligten Handelsspanne seine Betriebskosten decken mußte und dem daher ein viel geringerer Spielraum übrig blieb.

Die unvollständige, nämlich im wesentlichen auf die Preisbildung und daneben auf die Art der Kundenbedienung beschränkte Konkurrenz war somit die Vorbedingung für die Entstehung der Schwierigkeiten auf dem Kraftfahrzeugmarkt, und der Grund für ihr tatsächliches Eintreten war die auf sehr anfechtbaren Grundlagen stehende Kalkulation im Werkshandel, die eine Mißachtung der festgesetzten Preise auch im selbständigen Handel zur Folge hatte. Die fortwährenden Preiskämpfe wiederum waren die Ursache fast aller übrigen Unzuträglichkeiten im Kraftfahrzeughandel. Sollte hier Ab-

hilfe geschaffen werden, so mußte das Übel an der Wurzel gepackt werden, und dies konnte nur in der Form geschehen, daß die aus der Natur der Sache heraus beschränkten Wettbewerbsbedingungen einheitlich für alle Beteiligten geregelt wurden und die strikte Einhaltung dieser Regelung überwacht wurde.

b) Frühere Versuche einer Marktregelung.

Bereits im Jahre 1915 wurde der erste Versuch unternommen, eine Marktordnung für den Kraftfahrzeughandel ins Leben zu rufen. Ihr Ziel war die Schaffung und Durchsetzung von Festpreisen für Neuwagen; das Altwagengeschäft wurde nicht mit einbezogen, denn dessen Problematik war damals noch nicht in die Erscheinung getreten. In den Vorschlägen war vorgesehen, daß sich der Handel der Industrie gegenüber reversmäßig zur Einhaltung der Listenpreise verpflichten, während der Industrie die Überwachung der Preistreue übertragen werden sollte. Die Bemühungen scheiterten jedoch daran, daß über die Stellung des Werkhandels keine Einigung zu erzielen war, und deren Eingliederung in das Marktordnungssystem war gerade, wie eben gezeigt worden ist, die entscheidende Frage. Ohne deren Lösung war eine Ordnung des Kraftfahrzeugmarktes ausgeschlossen, und so mußten denn die Verhandlungen abgebrochen werden, ohne daß ein Erfolg erzielt worden wäre.

15 Jahre vergingen, ehe das Problem einer Marktordnung und damit einer Totallösung der immer größer werdenden Schwierigkeiten im Kraftfahrzeughandel von neuem in Angriff genommen wurde. Wie schon an anderer Stelle erwähnt worden ist, wurde 1930 eine umfassende Marktordnung für den Kraftradmarkt, auf dem die Verhältnisse am unerträglichsten geworden waren, geschaffen. Obgleich dieses Ordnungswerk einen großen Teil der Schwierigkeiten auf dem Motorradmarkt beseitigte, vor allen Dingen der Preisschleuderei einen Riegel vorschob, fand es zunächst noch kaum die ihm gebührende Beachtung. Die damals sich immermehr verschlechternden Absatzverhältnisse standen so sehr im Vordergrund des Interesses, daß demgegenüber die Vorteile, die die Marktordnung zu bieten hatte, gering erscheinen mußten. Dennoch war sie der bedeutsame Anfang dieser Ordnung des gesamten Kraftfahrzeugmarktes und in mancher Hinsicht das Vorbild einer Regelung des

Automobilmarktes. Im gleichen Jahr wurde ein erneuter Vorstoß zur Regelung der unhaltbaren Wettbewerbsverhältnisse auf dem Kraftwagenmarkt unternommen. Der ausgearbeitete Plan sah eine Marktordnung vor, die neben dem Neu- auch den Altwagenmarkt umfaßte und deren Schwergewicht auf einer allgemeinen Verpflichtung zur Einhaltung der Listenpreise und der Schätzungspflicht für Gebrauchtwagen ruhte.

Als Träger der Marktordnung sollte eine paritätisch zusammengesetzte Treuhandstelle gegründet werden, der ihre Überwachung übertragen werden sollte. Daneben waren ihr händlerische Funktionen zugedacht, und zwar sollte sie den Gebrauchtwagenhandel und die Verschrottung der unverkäuflichen Altwagen übernehmen. Man versuchte also einmal, durch eine Regelung und Überwachung der Wettbewerbsbedingungen die Entstehung künftiger Schwierigkeiten unmöglich zu machen und andererseits durch den zentralen Ankauf der Altwagen und Verschrottung eines großen Teils der überalterten Fahrzeuge die Wunden zu heilen, die die Vergangenheit geschlagen hatte.

Gerade diese Vollständigkeit der Maßnahmen und die Entschlossenheit, mit der der Plan den Schwierigkeiten zu Leibe ging, wurden ihm jedoch zum Verhängnis. Die vorgesehene Treuhandstelle wurde zwar zunächst noch unter dem Namen „Deutsche Automobil Treuhand G. m. b. H." (DAT) gegründet und nahm die vorbereitenden Arbeiten auf. Aber die in weiten Kreisen herrschende Skepsis gegenüber einem derartig grundlegenden Umbau des Kraftfahrzeugmarktes und zum großen Teil sicher auch die Abneigung gegen die vor allem mit der Verschrottungsaktion verbundenen augenblicklichen Opfer hatten zur Folge, daß bei der schließlichen Abstimmung über die Einführung der Marktordnung die erforderliche Dreiviertel-Mehrheit nicht erreicht wurde, und so scheiterte auch dieser wohldurchdachte und groß angelegte Versuch einer Ordnung des Kraftfahrzeugmarktes.

Immerhin hatte er aber das eine Ergebnis gehabt, daß die Automobil-Treuhand-Gesellschaft gegründet worden war, und wenn das angestrebte Ziel vorläufig auch wieder in weite Ferne gerückt war, so war in dieser Gesellschaft eine Vereinigung von Männern entstanden, die in der Folgezeit zähe an der Herbeiführung einer Marktordnung weiterarbeitete und die hierzu notwendigen Grund-

lagen schuf. Zur Erreichung des gesteckten Ziels war jedoch das Vorhandensein eines zunächst noch fehlenden Gemeinschaftsbewußtseins der am Kraftfahrzeugmarkt Tätigen und daneben eine Wirtschaftsführung erforderlich, die stark genug war, auch widerstrebende Kreise zur Anerkennung und Einhaltung einer Marktregelung zu zwingen, ohne die eine Beseitigung der Schwierigkeiten auf dem Kraftfahrzeugmarkt nicht möglich war. Diese Voraussetzungen waren erst nach der Machtergreifung durch den Nationalsozialismus gegeben.

c) Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft von 1933.

α Ihre Entstehung und ihre Ziele.

Im wirtschaftlichen Aufbauprogramm der nationalsozialistischen Regierung fiel der Automobilwirtschaft eine besondere Aufgabe zu. Eine umfassende Motorisierungsaktion, die der Führer auf der Automobilausstellung 1933 verkündete, sollte den Anstoß bilden für eine allgemeine Wirtschaftsbelebung. Eine der Voraussetzungen für das Gelingen dieses Planes war eine sofortige und vollständige Ordnung des Kraftfahrzeugmarktes.

Bald nach der Verkündung der Motorisierungsparole trat die DAT mit einem neuen und in allen Einzelheiten ausgearbeiteten Vorschlag für eine Marktordnung an die Öffentlichkeit, der die fast einmütige Zustimmung der Automobilindustrie und des Kraftfahrzeughandels fand. Im November 1933 waren weit mehr als die erforderlichen 75 % Beitrittserklärungen abgegeben worden, und so konnte die auf einem System privatrechtlicher Verträge beruhende Marktordnung am 1. Januar 1934 in Kraft treten.

Ihre Aufgabe war „der Wiederaufbau eines voll funktionsfähigen Marktes mit freier Bildung angemessener Preise, gerechtem Entgelt für die Träger der verschiedenen marktwirtschaftlichen Funktionen und einer optimalen Befriedigung aller Bedürfnisse der Konsumenten."[1] Das Ziel war also keineswegs die Ausschaltung des Wettbewerbs, sondern die Sicherung eines reinen Leistungswettbewerbs.

---

1. J. Hassinger: Die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft, 1939, S. 71.

Hierzu war die Lösung zahlreicher Fragen erforderlich. Einmal galt es, den Verteilungsapparat funktionsfähig zu machen, und zwar durch die Fernhaltung nicht fachkundiger, unzuverlässiger Elemente vom Kraftfahrzeughandel, durch die zahlenmäßige Anpassung der Handelsbetriebe an den wirklichen Bedarf und durch die Zubilligung einer Handelsspanne, die den Kosten und Leistungen des Handels entspricht. Außerdem handelte es sich darum, eine ordnungsmäßige Preisbildung sicherzustellen. Dies sollte erreicht werden durch die Verpflichtung der Industrie zu einer ordnungsmäßigen, d. h. zu einer kostenorientierten Kalkulation, durch die Verpflichtung des Handels einschließlich des Werkhandels und der Fabrikfilialen zur Einhaltung der vom Hersteller vorgeschriebenen Listenpreise und durch die Verhinderung aller mittelbaren Preisunterbietungen.[1] Schließlich war es notwendig, Vorsorge dafür zu treffen, daß die Marktordnung von allen Beteiligten eingehalten wurde und dies nötigenfalls erzwungen werden konnte.

β Die Organisation des Handels.

Die Bereinigung des Handels bedeutet in erster Linie eine Qualitätsauslese. Die Anforderungen, die an den Kraftfahrzeughändler zu stellen sind, müssen aus verschiedenen Gründen besonders hoch sein. Der Kraftwagen ist regelmäßig ein außerordentlich hochwertiges Handelsobjekt, dessen Kauf für die Mehrzahl der Käufer eine ungewöhnlich große Ausgabe darstellt; da er außerdem technisch sehr komplizierter Natur ist, ist daher sowohl beim Kauf als auch später eine sehr verantwortungsbewußte Beratung des Kunden notwendig.

Als Nachweis für die Zugehörigkeit zum Kraftfahrzeughandel und als Gewähr für die fachliche Eignung verlangt die Marktordnung unter anderem die Zugehörigkeit zur berufsständischen Organisation und das Vorliegen eines Vertretungsvertrages mit mindestens einer sog. „Vertragsfirma" (Automobilindustrie-, -import- oder -handelsfirma) über eine dauernde händlerische Betätigung. Hierdurch werden alle Gelegenheitshändler vom Kraftfahrzeughandel ausgeschlossen. Die zweite Forderung ergibt sich aus der im Laufe der Zeit entstandenen Organisation des Kraftfahrzeug-

1. Vgl. hierzu J. Hassinger, S. 71 ff.

absatzes. Handelsbetriebe, die ohne vertragliche Bindung Kraftwagen auf eigene Rechnung kauften und zum Verkauf bereit hielten, gab es 1933 nicht mehr. Wer ohne festen Vertrag mit einer oder mehreren Firmen arbeitete, konnte ohne weiteres als sog. Stubenhändler angesehen werden.

Der Händlerauslese dienen insbesondere folgende Bestimmungen der Marktordnung:

„Der Gewerbetreibende muß persönlich zuverlässig sein, er muß ausreichende Fachkenntnisse besitzen, er muß eine nach kaufmännischen Gesichtspunkten ordentliche, dem Umfang des Geschäftsbetriebes entsprechende Buchhaltung besitzen und seine Geschäftspapiere ordnungsgemäß verwahren,
er muß über ausreichende betriebliche Einrichtungen und ein angemessenes Betriebskapital verfügen."

Die Erfüllung dieser Voraussetzungen wird von der Händlerorganisation geprüft. Als Nachweis der kaufmännischen Sachkunde verlangt die Marktordnung eine abgeschlossene kaufmännische Lehre oder eine mindestens fünfjährige Tätigkeit im Automobilhandel. Das Vorhandensein ausreichender automobiltechnischer Kenntnisse ist durch die Meisterprüfung des Kraftfahrzeughandwerks, durch sonstige Zeugnisse oder durch eine besondere Prüfung nachzuweisen. Die Mindestanforderungen in bezug auf Einrichtung und Kapitalausstattung sind sehr schwer zu fixieren. Es wird im allgemeinen ein angemessener Ausstellungs- und Verkaufsraum, mindestens ein Vorführwagen, ein Lager der häufiger benötigten Ersatzteile und eine mit allen notwendigen Maschinen und Werkzeugen ausgerüstete Reparaturwerkstatt verlangt.

Während auf dem Lande die Zusammenfassung eines Handels- und eines Reparaturgeschäfts allgemein üblich ist, sind vor allem in Großstädten eine ganze Anzahl von Handelsbetrieben zu finden, denen keine Reparaturwerkstatt angegliedert ist. Dies liegt daran, daß die Automobilindustrie in den größeren Städten meistens selbst große Spezialwerkstätten eingerichtet hat, mit denen die in der Regel kleineren Werkstätten, die die einzelnen Handelsbetriebe unterhalten, nicht recht konkurrieren können. Es ist deshalb in der Marktordnung vorgesehen, daß auf eine angegliederte Werkstatt

verzichtet werden kann, wenn ein Vertragsverhältnis mit einer selbständigen Reparaturwerkstatt besteht, das die Gewähr für eine sachgemäße Betreuung des Kunden bietet.

Über die Anerkennung als sog. „Vertragshändler", d. h. als vollwertiges Mitglied des Kraftfahrzeughandels, entscheidet die DAT als Trägerin der Marktordnung. Werden nicht die erforderlichen Voraussetzungen erfüllt, so besteht die Möglichkeit, daß der Betreffende als „gewerblicher Vermittler" anerkannt wird, dessen Funktionen geringer sind als die des Händlers. Dem Vermittler steht, sofern er Pflichtmitglied der Organisation des Kraftfahrzeughandwerks ist, eine in der Marktordnung festgesetzte Provision zu.

Von dieser Möglichkeit, eine Übersetzung des Kraftwagenhandels und das Eindringen ungeeigneter Elemente zu verhindern, wurde in erheblichem Umfange Gebrauch gemacht. So wurden beispielsweise 1936 nur 48,4 % der Anträge auf Anerkennung als Vertragshändler bewilligt, 1937 sogar nur 36,7 %.[1] Obgleich das eigentliche Ziel dieser Bestimmungen die Qualitätsauslese war, wurden sie allem Anschein nach auch zu einer Beschränkung der Zahl der Automobilhändler benutzt. Den Auslesebestimmungen der Marktordnung ist mit Wirkung vom 1. März 1939 ein Nachtrag angefügt worden, der jegliche Vermehrung der Vertreterstellen für Kraftwagen und Anhänger verbietet (6. Nachtrag zur Marktordnung, zit. im M. O. D. Nr. 4 vom 4. März 1939). Durch diese Bestimmung soll eine Übersetzung des Kraftwagenhandels vermieden werden. Sie wird in ihrer Kompromißlosigkeit zweifellos oft eine Härte bedeuten für diejenigen, die beabsichtigten, sich dem Kraftwagenhandel zuzuwenden; aber sie schafft dafür andererseits für die bereits vorhandenen Vertreterstellen durch die Sicherung ihres Betätigungsfeldes die Möglichkeit, die Rationalisierung der Betriebe weiter vorzutreiben, als dies bei einer noch stärkeren Besetzung des Kraftwagenhandels möglich wäre.

Angesichts der hohen Anforderungen, die die Marktordnung an die Händler und ihre Betriebe stellt, war es selbstverständlich, daß ihnen auch eine angemessene Vergütung gewährleistet wurde. Die im Kraftfahrzeughandel angewandte Vergütungsform ist der Händlerrabatt. Er ist ein sog. Funktionsrabatt: seine Höhe hängt

1. Geschäftsbericht der DAT, 1937, S. 13.

davon ab, welche Funktionen der Handel übernimmt. Die Mindest- bzw. Höchstsätze für die einzelnen Tätigkeiten und Leistungen des Handels sind in der Marktordnung festgelegt. Außer dem Umfang der Vertragsverpflichtungen ist die Unkostenbelastung des betreffenden Händlers bei der Bemessung des Händlerrabatts zu berücksichtigen, z. B. durch den Umfang und die Ausstattung der Ausstellungsräume, der Reparaturwerkstatt u. dgl., ferner die Aufnahmefähigkeit und Eigenart des Vertreterbezirks. In ähnlicher Weise sind Höchstsätze für die Vermittlerprovisionen festgesetzt worden.

γ Die Regelung des Wettbewerbs.

Der Preiswettbewerb ist keineswegs ungeeignet zur Erzielung eines reinen Leistungswettbewerbs. Sofern sich die Preise auf der Grundlage von Angebot und Nachfrage, unbeeinflußt durch äußere Eingriffe, bilden, ist er vielmehr einer seiner wesentlichsten Bestandteile; denn die Höhe der Angebotspreise gründet sich in der Regel auf die Kosten des Betriebes und seine Beurteilung der Absatzmöglichkeiten. Bei einem solchen freien Preiswettbewerb wird daher der Betrieb mit den geringsten Kosten am leistungsfähigsten sein, so daß hierdurch ein echter Leistungswettbewerb gesichert ist. Eine dauernde Herabsetzung der Preise unter die Selbstkosten rächt sich von selbst dadurch, daß der betreffende Betrieb durch fortwährende Verluste schließlich gezwungen wird, aus dem Wettbewerb auszuscheiden.

Wo der Preiswettbewerb auf der Basis der Selbstkosten vor sich geht, bietet er daher die Gewähr für einen wirklichen Leistungswettbewerb. In der Automobilwirtschaft sind diese Voraussetzungen im Bereich der Industrie gegeben. Hier ist er daher von der Marktordnung nicht nur gebilligt, sondern durch die Bestimmungen über die Preisbildung noch besonders gesichert worden. Die Preisbildung durch die Industrie soll „nach allgemeinen kaufmännischen Grundsätzen und unter billiger Berücksichtigung der jeweiligen Marktlage" erfolgen. Preisbemessungsgrundlage sind demnach die betriebsindividuellen Selbstkosten, die nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Kalkulation ermittelt werden. Im Gewinnzuschlag erfolgt dann die Berücksichtigung der jeweiligen Marktlage![1] In der

1. Vgl. J. Hassinger, a. a. O., S. 105 ff.

Automobilindustrie ist daher das Prinzip der freien Preisbildung im Rahmen des Leistungswettbewerbs gewahrt. Die von der Industrie festzusetzenden Preise sind sog. „Bruttoverkaufspreise", d. h. Einzelhandelspreise für Lieferungen an den Verbraucher.

Wesentlich anders waren die Grundlagen des Preiswettbewerbs im Automobilhandel. Wie schon erwähnt wurde, kamen die Preise bei einem Teil des Kraftfahrzeugeinzelhandels, nämlich bei den Fabrikverkaufsstellen, nicht auf der Basis der Selbstkosten zustande, weil deren Kalkulation gar nicht oder nicht vollständig vorgenommen wurde. Dadurch, daß die mangelnde Kostendeckung nicht offen zutage trat, sondern die beim Absatz entstehenden Verluste durch Gewinne im Reparaturgeschäft getragen und verdeckt wurden, konnte die sonst übliche Folge einer derartigen Preisbildung, nämlich die Ausschließung des Betreffenden aus dem Wettbewerb, nicht eintreten.

Die Marktordnung hat daher die eigenmächtige Preisbildung im Kraftfahrzeughandel beseitigt und dafür bestimmt, daß die von der Industrie bekanntgegebenen Listenpreise unter allen Umständen und von allen am Absatz an den Verbraucher Beteiligten einzuhalten sind. Diesem Ziel dienen sämtliche Bestimmungen, die in der Marktordnung über die Preisstellung im Kraftwagenhandel enthalten sind. Die entscheidende Vorschrift hierüber (§ 4 der Marktordnung) lautet: „Auf die Bruttoverkaufspreise für Vertragsware dürfen an Selbstverbraucher keine irgendwie gearteten Sondervorteile weder in offener noch in versteckter Form angekündigt, angeboten oder gewährt werden. Ebenso sind nach Lieferung alle Handlungen untersagt, die den gleichen Erfolg herbeizuführen geeignet sind. Hierunter fällt nicht der handelsübliche Kundendienst."

Die Listenpreise beziehen sich auf die Barzahlung; findet eine Kreditgewährung statt, so muß diese Zusatzbelastung besonders bezahlt werden. Eine unentgeltliche Stundung des Verkaufspreises ist verboten. Für Kreditkäufe ist weiterhin die Höhe der Mindestanzahlung und die Höchstkreditdauer festgelegt.

Die Gewährung von Sondervorteilen bei Sammelbestellungen, d. h. bei einer Zusammenfassung zahlreicher Verbraucher, ist ausdrücklich verboten. Gestattet ist die Rabattgewährung lediglich bei Großverbrauchern, d. h. einzelnen Verbrauchern mit großem Ver-

brauch, die aber meistens ihre Einkäufe nicht über den Handel tätigen, sondern die Kraftfahrzeuge direkt von der Industrie beziehen.

Das Entscheidende bei all diesen Bestimmungen ist, daß sie für den selbständigen Handel, für den Werkshandel und für die Fabrikfilialen in gleicher Weise gelten. Damit ist die eigentliche Quelle der Unzuträglichkeiten auf dem Kraftwagenmarkt endgültig verstopft und die Gewähr dafür gegeben worden, daß auch im Kraftfahrzeughandel der Wettbewerb auf einen echten Leistungswettbewerb beschränkt ist.

Eine Ergänzung und Unterstützung findet die Marktordnung in den Einheitsbedingungen für den Verkauf von Kraftfahrzeugen. Zu ihrer Anwendung ist die gesamte Automobilwirtschaft seit dem 1. April 1938 verpflichtet. Die Einheitsbedingungen bilden einen Bestandteil der Marktordnung und sorgen dafür, daß auch die geringste Gewährung von Sondervorteilen, die immer einen mittelbaren Preisnachlaß darstellt und die bei einer Verschiedenheit der Verkaufsbedingungen unvermeidlich ist, unmöglich gemacht wird.

Dem gleichen Ziel dient auch die Regelung des Altwagengeschäfts, und der Altwagenmarkt war daher zunächst auch nur soweit in die Marktordnung einbezogen worden, wie dies für die Preissicherung im Neuwagengeschäft erforderlich war. Die Vorschriften über den Altwagenhandel sind jedoch später weiter ausgebaut worden, so daß jetzt auch der Altwagenmarkt in allen Einzelheiten geregelt ist.[1]

δ Die Überwachung der Marktordnung.

Bei vollständiger Konkurrenz und freiem Wettbewerb zieht jedes marktunrichtige oder böswillige Verhalten von selbst Verluste für den Betreffenden nach sich, die schließlich bis zum zwangsläufigen Ausschluß aus dem Wettbewerb führen können. Sind jedoch die Voraussetzungen für eine vollständige Konkurrenz nicht gegeben und muß daher, um den Markt funktionsfähig zu erhalten, eine künstliche, den Wettbewerb beschränkende Ordnung geschaffen werden, dann fehlt dem Markt dieses selbsttätig wirkende

1. Näheres hierüber im Abschnitt „Das Altwagengeschäft", S. 120 ff. dieser Arbeit.

Gegengewicht gegen eine Außerachtlassung der Wettbewerbsgrundsätze. Daher kommt beim geregelten Markt den Überwachungs- und Strafvorschriften eine so entscheidende Bedeutung zu. Eine straffe Überwachung des Wettbewerbs und die Möglichkeit, die unbedingte Einhaltung der Wettbewerbsbedingungen zu erzwingen, sind überhaupt die Voraussetzungen für das Funktionieren eines Marktes mit unvollständiger Konkurrenz und beschränktem Wettbewerb. Denn hier bringt eine Nichtbeachtung der Wettbewerbsgrundsätze dem Betreffenden in der Regel keineswegs Verluste, sondern verschafft ihm den anderen Beteiligten gegenüber im allgemeinen einen Vorteil. So bedeutet z. B. die Unterschreitung der festgesetzten Listenpreise zwar eine Gewinnschmälerung am einzelnen Stück; aber durch den Preisnachlaß ist der Händler seinen Konkurrenten im Kampf um die Kundschaft überlegen, und die hieraus entstehende Zunahme des Absatzes ergibt in der Regel trotz der geringeren Einzelgewinne eine Steigerung des Gesamtgewinns.

Die zentrale Überwachungsstelle für die Marktordnung ist die Deutsche Automobil-Treuhand-GmbH. (DAT). Sie wird in ihrer Arbeit weitgehend unterstützt von ehrenamtlichen Überwachungsausschüssen, von denen über hundert in allen Teilen des Reiches errichtet worden sind. Ihre Mitglieder, 3 bis 5 an der Zahl, werden von der DAT aus dem Kreis der ortsansässigen Kraftfahrzeugindustriellen und -händler gewählt.

Die Überwachungsausschüsse leisten die äußerst wichtige und umfangreiche Kleinarbeit. Sie sollen die Angehörigen der Kraftfahrzeugwirtschaft in ihrem Bereich jedoch nicht nur kontrollieren, sondern daneben aufklärend, beratend und erziehend wirken und so das ihrige dazu beitragen, daß Verstöße gegen die Marktordnung nach Möglichkeit verhütet werden.

Sämtliche Übertretungen der Marktordnung sind unter Strafe gestellt. Ihre Verhängung erfolgt durch die DAT. Ist der DAT ein Verstoß gemeldet oder anderweitig bekanntgeworden, wird, falls der Sachverhalt nicht offenkundig ist, eine Untersuchung durch einen örtlichen Untersuchungsführer vorgenommen. Nach dessen Beurteilung des Falles verhängt dann die DAT die Strafe, deren Zulässigkeit und Höhe in der Marktordnung geregelt ist.

Gegen dieses Urteil kann Berufung bei einem unabhängigen Schiedsgericht eingelegt werden, das zwischen der DAT und deren

Vertragsfirmen steht. Das Schiedsgericht ist außerdem die Schlichtungsstelle für Streitigkeiten, die sich aus der Marktordnung ergeben.

In der Marktordnung sind lediglich, zum Teil aber recht erhebliche, Geldstrafen vorgesehen. Ihre Verhängung kann jedoch, insbesondere bei Nichtbezahlung und in schweren Fällen, auch weitere Folgen nach sich ziehen, und zwar Kündigung des Vertretervertrages durch die vertretene Firma und Ausschluß von der Belieferung mit Verbandsware (d. i. diejenige Ware, die unter die Marktordnung fällt). Praktisch bedeutet dies den Ausschluß des betreffenden Händlers oder Vermittlers aus dem Kraftfahrzeughandel.

Durch die strengen Strafbestimmungen und die sehr eingehende Überwachung ist die Gewähr dafür gegeben, daß die Marktordnung die Aufgabe, die ihr gestellt ist, erfüllen kann: nämlich den Aufbau und die Sicherung eines voll funktionsfähigen Kraftfahrzeugmarktes.

V. Ausblick.

Die Zukunftsaussichten des deutschen Kraftfahrzeughandels.

Immer häufiger ist in den letzten Jahren die Frage nach der Daseinsberechtigung des Kraftfahrzeughandels gestellt worden. Der gegenwärtige Krieg hat sie in den Hintergrund treten lassen; infolge der außerordentlichen Einschränkung der Produktion für den privaten Bedarf ist das Tätigkeitsfeld des gesamten Handels erheblich eingeengt worden, die Geschäftsräume und Einrichtungen der Handelsbetriebe liegen in zahlreichen Branchen nahezu unbenutzt, und die in ihnen beschäftigt gewesenen Personen sind, soweit sie nicht in die Wehrmacht eingereiht wurden, zum großen Teil in die kriegswichtige Produktion eingegliedert werden. Dieser Zustand ist jedoch nur als vorübergehend anzusehen. Jeder Krieg erfordert Sondermaßnahmen, die nach Eintritt des Friedens ihr Ende finden sollten. Es bleibt daher zu prüfen, ob der hier dargestellte und untersuchte Handelsstand, der Kraftfahrzeughandel, nach der Wiederherstellung normaler Verhältnisse in der Lage sein wird, die ihm gestellte Aufgabe in der Volkswirtschaft zu erfüllen, und ob er auch in der Zukunft die Rolle übernehmen wird, die er in der Vergangenheit gespielt hat oder ob die im Laufe der Zeit gewachsene Form der Organisation des Kraftfahrzeugabsatzes nicht mehr den künftigen Anforderungen entsprechen wird.

Wenn früher die Daseinsberechtigung des Kraftfahrzeughandels angezweifelt wurde, so geschah es angesichts der unhaltbaren Zustände, die auf dem Kraftfahrzeugmarkt herrschten. Die zur Regel gewordenen Unterbietungen der festgesetzten Listenpreise, die vielfach sehr geringe Rentabilität und die außerordentliche Krisenempfindlichkeit der Handelsbetriebe, die im Verlauf der großen Krise von 1930/32 zum Zusammenbruch von rd. 85 %[1] der im Kraftfahrzeughandel tätigen Unternehmungen zur Folge hatte, konnten leicht als ein Zeichen dafür angesehen werden, daß die

1. Geschäftsbericht des RdK 1932.

Organisation des Kraftfahrzeugabsatzes ungeeignet und nicht in der Lage war, die ihr zufallende Aufgabe zu erfüllen.

Diese Unzuträglichkeiten sind durch die Regelung des Kraftradmarktes, durch die Marktordnung der deutschen Automobilwirtschaft und durch eine Anzahl einzelner Verordnungen und Erlasse beseitigt worden, und die organisatorischen Voraussetzungen für ein Funktionieren des Kraftfahrzeugmarktes in seiner gegenwärtigen Gestalt sind in vollem Umfange vorhanden. Wenn dennoch die Zukunftsmöglichkeiten der bisherigen Form des Kraftfahrzeughandels in Zweifel gezogen werden, so geschieht es nicht mehr im Hinblick auf äußere Mißstände, sondern auf Grund der inneren Umgestaltung, die die gesamte Kraftfahrzeugwirtschaft in den letzten Jahren erfahren hat.

Der privatwirtschaftliche Gesichtspunkt einer möglichst großen Gewinnerzielung ist in der deutschen Kraftfahrzeugindustrie immer mehr zurückgetreten hinter der gemeinschaftlichen Aufgabe einer möglichst umfangreichen und vor allem einer möglichst billigen Versorgung der Volkswirtschaft mit Kraftfahrzeugen.

Die Voraussetzung einer billigen Produktion ist die Massenherstellung eines und desselben Kraftfahrzeugtyps. Das wesentlichste Mittel zur Erreichung des gestellten Ziels war daher eine beträchtliche Verringerung der Anzahl der hergestellten Typen, die jeder einzelnen Type einen so umfangreichen Absatz und damit eine so große Produktionsauflage sichert, daß die technischen Rationalisierungsmöglichkeiten voll ausgenutzt werden können. Die Produktionsprogramme der einzelnen Industriefirmen wurden erheblich eingeschränkt, so daß jeder Erzeuger nur noch eine oder wenige Fahrzeugtypen herstellt.

Am konsequentesten wurde dieses Prinzip einer Verbilligung der Produktion durch Verringerung der Typenzahl und massenweise Herstellung bei der Inangriffnahme des Volkswagenprojekts verwirklicht. Im Volkswagenwerk soll in ungeheurer Menge lediglich ein einziger Fahrzeugtyp hergestellt werden; er wird zwar mit 3 verschiedenen Aufbauten geliefert werden, aber sämtliche Fahrzeuge dieses Riesenwerks haben genau das gleiche Fahrgestell und den gleichen Motor, wie überhaupt die hauptsächlichsten Teile und Ausrüstungsgegenstände die gleichen sind. Eine so weit getriebene Typenbeschränkung ist zwar vorläufig in der privaten deutschen

Kraftfahrzeugindustrie noch nicht erreicht worden; aber es ist damit zu rechnen, daß auch hier dieses Prinzip immer mehr die Produktionsprogramme beherrschen wird.

Diese Entwicklung hat zur Folge, daß der Kraftfahrzeughandel immer mehr eine seiner wesentlichsten Funktionen, nämlich die der unmittelbaren Kundenwerbung für ein bestimmtes Fabrikat, verliert. Wenn jede Industriefirma sich auf einen einzigen Fahrzeugtyp einer bestimmten Größenklasse spezialisiert, dann stehen die einzelnen Firmen nicht mehr in der bisherigen Form miteinander im Wettbewerb, und die Kundenwerbung wird damit dem Handel fast völlig aus der Hand genommen. Wenn sich ein Kunde unter solchen Verhältnissen für eine bestimmte Preisklasse einer Fahrzeugart entschieden hat, dann steht damit auch die Wahl des Fabrikats fest, und für den Händler bleibt dann lediglich die Aufgabe, ihm das betreffende Fahrzeug praktisch vorzuführen.

Die Funktion der Lagerhaltung hat der Kraftfahrzeughandel in den letzten Jahren immer mehr verloren, und diese Tatsache ist ebenfalls oft als Argument gegen den Fortbestand des Handels angesehen worden. In den beiden letzten Jahren vor Beginn des gegenwärtigen Krieges hat das Produktionsquantum nicht ausgereicht, um die Nachfrage zu decken, und die Folge war, daß sämtliche Läger vollständig geräumt wurden, ohne daß sie wieder aufgefüllt werden konnten. Die Händler waren infolgedessen nicht mehr in der Lage, ihre Kundschaft nach deren Wunsch zu beliefern, sondern mußten auf teilweise erheblich spätere Erfüllung des Kaufvertrages vertrösten.

Der Handel war nicht in der Lage, eine Änderung dieses Zustandes herbeizuführen; denn seine Ursachen waren der gewaltige öffentliche Bedarf an Kraftfahrzeugen, der Exportbedarf und die auf Personal- und Materialknappheit zurückzuführende Unmöglichkeit, die Produktion noch weiter auszudehnen. Dies alles waren Dinge, die außerhalb der Sphäre des Handels lagen. Mit Recht hat Fachgruppenleiter Gremm auf der Kundgebung in Hamburg 1939 darauf hingewiesen, daß dem Kraftfahrzeughandel in der letzten Zeit an händlerischen Tätigkeiten nicht mehr verblieben ist als „die gleichmäßige Verkaufssteuerung des gekürzten Inlandsabsatzes an

die gewerblichen und die privaten Verbraucher".[1] Aus dem ursprünglichen Händler ist ein Verteiler geworden.

Ob und in welchem Umfange solche Verhältnisse, in denen die Produktion den Bedarf voll zu decken nicht in der Lage ist, auch in der Zukunft vorliegen werden, ist unmöglich vorauszusagen; denn sie hängen ab von den Zielen, die sich die Wirtschaftspolitik setzen wird. Selbst wenn in Zukunft wieder der Fall eintreten sollte, daß die Produktionsmöglichkeiten zur Deckung des gesamten finanziell fundierten Bedarfs ausreicht, — was keineswegs nur von der Produktionskapazität, sondern in ganz erheblichem Umfang auch von der Lohn- und Finanzpolitik abhängt —, dann würde doch die Typenbereinigung dazu führen, daß dem Lager des einzelnen Händlers niemals mehr dieselbe Bedeutung zukommt, die es früher gehabt hat. Die Lagerhaltung der Industrie wird vielmehr immer mehr in den Vordergrund treten, da mit dem Entschwinden der Möglichkeit für den Händler, in echt kaufmännischer Weise nach eigenem Ermessen zu handeln, auch seine Fähigkeit, dies auf eigene Rechnung und Gefahr zu tun, sinken muß.

Der sog. selbständige Kraftfahrzeughandel ist schon heute hinsichtlich seiner Tätigkeit alles andere als selbständig. Er hat keinerlei Einfluß auf die Qualität seiner Ware und auf den Ein- und Verkaufspreis; auch in seiner Lieferfähigkeit ist er völlig abhängig von der Firma, deren Fahrzeuge er vertritt. Selbst in der Gestaltung seiner Kosten hat er nur z. T. freie Hand; in bezug auf seine Personalausgaben ist er wie andere Wirtschaftszweige auch an eine Reihe von Vorschriften gebunden, die ihm eine Anpassung der Personalkosten an die jeweilige Absatzlage unmöglich macht. Wenn unter derartigen Bindungen selbst in Zeiten außerordentlich günstiger Absatzverhältnisse die Gewinne nur mäßig sind, weil der Handel die gute Absatzlage in verschiedener Hinsicht nicht ausnutzen kann, so muß es als zweifelhaft angesehen werden, ob er bei einer derartigen Abhängigkeit auch bei einer Verringerung der Verkaufsmöglichkeiten in der Lage sein wird, das mit der Kraftfahrzeugverteilung verbundene Risiko selbst zu tragen.

Die einzige Tätigkeit, die den Betrieben des Kraftfahrzeughandels in vollem Umfange erhalten geblieben ist, ist nicht kauf-

1. (Zit. in „Kraftfahrzeug" Nr. 25 vom 22. 6. 1939, S. 674.)

männischer, sondern technischer Natur; sie ist die Durchführung des Kundendienstes und der Reparaturen, die der Händler in seinem Werkstattbetrieb vornimmt. Ihre Notwendigkeit ist wohl der wesentliche Grund, der die Industrie in den letzten Jahren davon abgehalten hat, auch den Absatz der Kraftfahrzeuge an den privaten Abnehmer selbst in die Hand zu nehmen; denn zur Herbeischaffung der Kunden hätte die Industrie den Handel nicht gebraucht, ihre Erzeugnisse hätte sie auch selbst ohne Schwierigkeiten absetzen können. Die Durchführung des Kundendienstes und die spätere Ausführung von Reparaturen erfordert jedoch die Verteilung eines engmaschigen Netzes von Spezialwerkstätten über das gesamte Absatzgebiet, und bei einer Ausschaltung des selbständigen Handels und damit einer Vernichtung der Handelsbetriebe hätte die Industrie selbst die erforderlichen Werkstätten errichten müssen.

Bei der Organisation des Volkswagenabsatzes, deren endgültige Form allerdings noch nicht in allen Einzelheiten feststeht, ist dieser Tatsache Rechnung getragen und eine scharfe Trennung vorgenommen worden zwischen dem Verkauf und der Durchführung des Kundendienstes, sowie der Ausführung von Reparaturen. Während das Volkswagenwerk nach dem gegenwärtigen Stand der Dinge den eigentlichen Absatz selbst in die Hand nehmen wird, werden für den Kundendienst und für Reparaturarbeiten die Werkstätten der Handelsbetriebe herangezogen werden. Ob und in welchem Umfang das Volkswagenwerk daneben auch eigene Werkstattbetriebe errichten wird, ist zur Zeit noch offen.

Wenn auch die ganzen Verhältnisse in der Kraftfahrzeugindustrie gegenwärtig sehr in der Entwicklung begriffen sind und deren Ausgang noch nicht mit Sicherheit zu erkennen ist, so wird man doch sagen können, daß sich das Schwergewicht der Kraftfahrzeughandelsbetriebe immer mehr vom Vertriebsgeschäft auf die Werkstatt verlagern wird. Der eigentliche Verkauf wird eine immer geringere Rolle spielen, selbst dann, wenn die Industrie die Handelsbetriebe wie bisher beim Absatz heranzieht. Auch wenn sich die jetzigen Handelsbetriebe ihre rechtliche Selbständigkeit bewahren, werden sie wirtschaftlich selbständig nur in bezug auf ihre Werkstatt sein; hinsichtlich ihrer Verkaufstätigkeit werden sie praktisch nur die Rolle eines Angestellten der Industriefirma spielen. Daß die privaten Werkstatt-Handelsbetriebe durch eigene Werkstätten

der Industrie verdrängt werden, ist kaum anzunehmen. In größeren Städten mögen vielleicht in zunehmendem Maße fabrikeigene Werkstattbetriebe errichtet werden, aber die Industrie wird niemals auf die überall im Lande verstreuten selbständigen Werkstätten verzichten können, und es ist wohl auch anzunehmen, daß diese Betriebe auch weiterhin in den Absatz eingeschaltet werden.

Im Altwagenhandel dagegen wird der selbständige Handelsbetrieb vermutlich seine Bedeutung behalten. Trotz der Bindung an den geschätzten Wert würden dem Handel im Altwagengeschäft wohl immer die eigentlichen, händlerischen Funktionen des An- und Verkaufs einschließlich der Lagerhaltung auf eigene Rechnung und Gefahr und vor allem auch die Kundenwerbung erhalten bleiben.

Die Frage, ob der selbständige Kraftfahrzeughandel auch in Zukunft bestehen wird, kann nach den vorangegangenen Erwägungen mit ja und nein zugleich beantwortet werden: er wird bestehen bleiben insofern, als die Heranziehung seiner Werkstätten immer unerläßlich sein wird; und er auch in die Verteilung der Kraftfahrzeuge an die Verbraucher höchstwahrscheinlich eingeschaltet bleiben wird; und er wird seine bisherige Stellung im Altwagenhandel vermutlich behalten können. Ein selbständiger Kraftfahrzeughandel wird jedoch insofern nicht mehr bestehen bleiben, als die Tätigkeit des sog. Handels bei der Verteilung alles andere als selbständig sein wird.

Diese Entwicklung mag von dem einzelnen Händler bitter empfunden werden; aber sie ist die notwendige Folge der umfassenden Regelung der Produktion und des Absatzes, die als unerläßlich und als geeignet erkannt worden ist zur Sicherstellung der bestmöglichen Deckung des volkswirtschaftlichen Bedarfs an Kraftfahrzeugen. In den Groß- und Mittelstädten wird Hand in Hand mit dieser Entwicklung die Tendenz zum Großbetrieb an Stelle des Klein- oder Mittelbetriebes gehen.

Lebenslauf.

Am 15. Dezember 1910 wurde ich in Berlin als Sohn des Kaufmannes Adolf Klein und seiner Ehefrau Agathe geb. Pflughaupt geboren. Vom April 1917 ab besuchte ich das Werner-Siemens-Realgymnasium, welches ich Ende September 1926 mit der Obersekundareife verließ. Anschließend trat ich am 1. Oktober 1926 im Kleinbauwerk der Siemens-Schuckert-Werke, Berlin, in der Lehrlings- und Praktikanten-Werkstatt meinen Dienst an, um nach einjähriger Ausbildung anschließend bei den Protos-Werken meine Lehre abzuschließen.

Die damaligen Verhältnisse in der deutschen Automobilindustrie führten aber zur Einstellung der Automobilfabrikation seitens der Siemens-Werke und damit zur Schließung der Protos-Automobil-Fabrik.

Um mich jedoch für das Automobilfach weiter vorzubereiten, trat ich als Lehrling in die Automobil-Reparaturwerkstatt der Deutschen Fiat-Automobil-Vekaufs-AG. ein, in der ich in allen Abteilungen der Kraftfahrzeug-Reparatur tätig war. Anschließend an diese technische Ausbildung besuchte ich in Berlin die zweijährige Städtische höhere Handelsschule. Nach bestandener Prüfung bereitete ich mich nachträglich auf das Abitur vor und legte am 25. September 1930 vor dem Prüfungsausschuß des Werner-Siemens-Realgymnasiums die Reifeprüfung als Nichtschüler ab.

Ich studierte dann auf der Handelshochschule und auf der Universität Berlin sechs Semester Wirtschaftswissenschaft und bestand am 25. September 1932 auf der Handelshochschule die Diplom-Prüfung.

Daraufhin trat ich in das Geschäft meines Vaters ein, in dem ich auch noch heute tätig bin; im Jahre 1939 belegte ich wieder Vorlesungen an der Berliner Universität und bestand am 22. Mai 1940 die mündliche Doktor-Prüfung.